

UNIVERSIDADE FEDERAL DO ESPÍRITO SANTO  
CENTRO DE EDUCAÇÃO FÍSICA E DESPORTOS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO FÍSICA

LUDMILA DOS SANTOS ALMEIDA

**ESTILOS DE VIDA, CORPO E SAÚDE: USOS E APROPRIAÇÕES  
PELAS LEITORAS DA REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL**

LUDMILA DOS SANTOS ALMEIDA

**ESTILOS DE VIDA, CORPO E SAÚDE: USOS E APROPRIAÇÕES  
PELAS LEITORAS DA REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Educação Física e Desportos da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação Física, na área de concentração Educação Física, Corpo e Movimento Humano.

Orientador: Prof. Dr. Ivan Marcelo Gomes.

VITÓRIA  
2015

**LUDMILA DOS SANTOS ALMEIDA**

**ESTILOS DE VIDA, CORPO E SAÚDE: USOS E APROPRIAÇÕES PELAS  
LEITORAS DA REVISTA WOMEN'S HEALTH BRASIL**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Educação Física do Centro de Educação Física e Desportos da Universidade Federal do Espírito Santo, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Educação Física na área de concentração Educação Física, Corpo e Movimento Humano.

Aprovada em 10 de julho de 2015.

**COMISSÃO EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Ivan Marcelo Gomes

Universidade Federal do Espírito Santo

Orientador

---

Prof<sup>a</sup>. Dr. Adriana Estevão

Universidade Federal do Espírito Santo

---

Prof. Dr. Felipe Quintão de Almeida

Universidade Federal do Espírito Santo

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente a Deus, por seu amor e proteção, sempre me dando forças para prosseguir e nunca me deixando desamparada.

À minha família, pela compreensão e força. À minha mãe, Elsa Maria dos Santos, e ao meu pai, Orias Gomes de Almeida, agradeço por terem me dado a base que tenho hoje como pessoa. À minha filha canina, Lana, pelas horas de sono dedicadas ao meu lado, enquanto escrevia esta dissertação, e também por conseguir me tirar da frente do computador para levá-la aos passeios, momentos esses que me possibilitavam espairar e conceber novas ideias.

Aos meus professores, desde os do primário até os do mestrado, que contribuíram para que eu chegasse até aqui. Em especial ao meu professor orientador, Ivan Marcelo Gomes, que me conduziu por esse caminho repleto de diferentes sensações (alegria, cansaço, desespero, alegria de novo), enfim, pela paciência, pelos “puxões de orelha” e pelas palavras de incentivo, que me fizeram acreditar que eu conseguiria.

Aos meus amigos, em especial três deles: Bernardo Sant’Anna Médice Firme, que é leitor e crítico dos meus trabalhos acadêmicos antes mesmo de eu ingressar no mestrado, além de ser um grande e querido amigo que o mundo acadêmico me permitiu conhecer; Juliana Rangel Roque, amiga e confidente com quem posso contar, não apenas nas horas de desespero, mas, também, nos momentos de alegria, seja na vida acadêmica ou pessoal; Carlos Christo Coutinho da Silva, sempre com suas palavras de incentivo, pela sensibilidade e cuidado, ao me ajudar sem restrições, além da disposição para “emprestar” seus ouvidos às minhas lamentações acadêmicas e não acadêmicas. Tenho imenso prazer em compartilhar a alegria desse trabalho com vocês e dizer que foram importantíssimos nesse processo.

Aos meus amigos e companheiros do LESEF. Obrigada pelos momentos, ajuda, companhia, pelos “Aventureiros” e por me receberem tão bem.

Às leitoras que aceitaram o convite para participar desse trabalho, contribuindo para que ele ganhasse a forma final aqui apresentada.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela bolsa concedida durante o curso de mestrado.

A todos os mencionados, os meus sinceros: muito obrigada!

## **RESUMO**

Este estudo é de caráter qualitativo e tem o objetivo de analisar como as leitoras recebem as informações que encontram com a leitura da revista feminina *Women's Health Brasil*, no que se refere ao estilo de vida saudável, corpo e saúde. Para analisarmos a recepção do conteúdo dessa revista foram entrevistadas 6 leitoras, sendo utilizado como estratégia metodológica para a interpretação do conteúdo destas entrevistas a análise temática (BARDIN, 2006), além de um diálogo teórico baseado principalmente nas abordagens de Zygmunt Bauman. Os resultados demonstram que na busca por um estilo de vida saudável, a alimentação e a atividade física aparecem como os principais cuidados para se atingir esse objetivo. O leitor se apresenta como sujeito ativo e participante no processo de melhoramento de si, capaz ainda de ressignificar as informações recebidas adequando-as as suas necessidades. A revista nesse processo, apresenta-se como conselheira, dando dicas e informações que podem ou não serem seguidas por suas leitoras.

**PALAVRAS-CHAVE:** revista feminina; estilo de vida; corpo; saúde; estudo de recepção.

## **ABSTRACT**

This study is qualitative and aims to analyze how readers receive the information they find with the women's magazine reading Women's Health Brazil, with regard to healthy lifestyle, body and health. To analyze the reception of the contents of this magazine were interviewed 6 readers and is used as a methodological strategy for interpreting the content of these interviews thematic analysis (Bardin, 2006), as well as a theoretical dialogue mainly based on the approaches of Zygmunt Bauman. The results demonstrate that the quest for a healthy lifestyle, nutrition and physical activity appear as the main care to achieve this goal. The reader is presented as an active subject and participant in the self improvement process, still able to reframe the information received adapting them to their needs. The magazine that process, presents itself as a counselor, giving tips and information that may or may not be followed by its readers.

**KEYWORDS:** women's magazine; Lifestyle; body; health; reception study.

## **LISTA DE FIGURAS**

<b>Figura 1 – REPORTAGEM COM PROPAGANDA.....</b>	<b>48</b>
<b>Figura 2 – O PADRÃO DE CORPO NA REVISTA WH BRASIL.....</b>	<b>57</b>
<b>Figura 3 – A CAPA- DO PRETO E BRANCO AO COLORIDO.....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 4 – BELLA FALCON.....</b>	<b>63</b>
<b>Figura 5 – A EXPOSIÇÃO DO CORPO NA WH BRASIL.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 6 – AS LEITORAS.....</b>	<b>69</b>
<b>Figura 7 – PRINCIPAIS TEMÁTICAS.....</b>	<b>70</b>
<b>Figura 8 – DICAS QUE SÃO COLOCADAS EM PRÁTICA.....</b>	<b>71</b>
<b>Figura 9 – RELAÇÃO ENTRE CUSTOS E RENDA MENSAL.....</b>	<b>78</b>
<b>Figura 10 – PADRÃO DE CORPO DESEJADO.....</b>	<b>81</b>

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b>	08
<b>1 A MODERNIDADE LÍQUIDA E SEUS DESDOBRAMENTOS</b>	16
1.1 O CORPO E OS CUIDADOS DE SI NUMA SOCIEDADE LÍQUIDO MODERNA.	21
1.2 OS CONSELHEIROS E A CONSTRUÇÃO DOS ESTILOS DE VIDA.....	30
1.2.1 A MÍDIA COMO CONSELHEIRA.....	37
<b>2 A REVISTA WOMEN’S HEALTH BRASIL</b>	44
2.1 AS COLUNAS	49
2.2 A CAPA: DO VISUAL AO CONTEÚDO IMPLÍCITO.....	59
<b>3 OS CUIDADOS E PROL DE UM CORPO BELO, JOVEM E SAUDÁVEL</b>	68
3.1 AS LEITORAS WH BRASIL	68
3.2 A ALIMENTAÇÃO E A ATIVIDADE FÍSICA ALIADOS NO COMBATE À GORDURA EM PROL DA BOA FORMA	72
3.2.1 O CORPO.....	79
3.2.2 A SAÚDE.....	86
3.2.2.1 AS RECEITAS PARA SER SAUDÁVEL.....	92
3.3 CONTENHA-SE! E TENHA UM ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL.....	94
3.3.1 OS CONSELHOS DA WH BRASIL E SEUS DESDOBRAMENTOS EM PROL DE UM ESTILO DE VIDA SAUDÁVEL.....	98
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	105
<b>REFERÊNCIAS</b>	107
<b>APÊNDICES</b>	111



## Introdução

As maneiras de nos comportarmos e realizarmos nossas ações cotidianas colaboram para a formação do estilo de vida (CASTIEL, 2007). Portanto, a forma como nos comportamos, o que ingerimos, vestimos ou aonde vamos resulta no estilo de vida que estamos colocando em prática. Na sociedade contemporânea, há um discurso sobre estilo de vida saudável, que é fortemente divulgado pela mídia, a qual se encarrega de seu papel de informante, propagando o que deve ser feito para que os indivíduos interessados possam colocar em prática suas informações, construindo, dessa forma, um ideal de comportamento.

O discurso sobre um estilo de vida saudável traz principalmente noções de cuidados com o corpo e a saúde. Esses cuidados vêm com a intenção de colaborar para um estado de boa forma corporal, que é representada por corpos magros, de pouco volume muscular, porém com muita definição. Já não basta ser magro, é preciso ser magro e definido.

A mídia, então, apresenta-se como uma divulgadora não só dos padrões corporais almejados, como, também, dos meios disponíveis para alcançá-los. As dicas de comportamento são variadas, no entanto, destacam-se os cuidados com a alimentação e atividade física, constituindo estas as duas principais preocupações quando o objetivo é manter a boa forma corporal.

Nesse contexto, a gordura é considerada a grande, senão a maior, inimiga da boa forma, devendo ser evitada ao máximo, e quando a mesma não puder ser evitada e passar a constituir o corpo do indivíduo, este deve eliminá-la. Para essa tarefa, entre outros cuidados (procedimentos estéticos, cirurgias plásticas), a atividade física é a mais indicada para eliminar os excessos que habitam o corpo.

A mídia, então, oferece os mais variados tipos e possibilidades de atividades físicas para auxiliar esse indivíduo, tentando com isso abarcar a maior quantidade de práticas, deixando a pessoa escolher a que mais lhe atrai. A opção do não fazer não é propagada, sendo os cuidados com a boa forma de responsabilidade do indivíduo, e sua não realização representa um “peso” a mais para o seu corpo, como também sobrecarrega o julgamento direcionado às pessoas “descuidadas”.

A pessoa em busca da boa forma é constantemente incentivada a consumir. Vale ressaltar que o ato de consumir não se restringe apenas a bens materiais.

Consome-se produtos, atividades físicas, sensações (BAUMAN, 2009). É também o desejo de consumir que faz com que o indivíduo se mantenha na “corrida” pela boa forma. Entendendo que a boa forma é o que torna esse indivíduo apto para consumir a maior quantidade de sensações possíveis, logo, consome-se para se tornar apto, e o estado de aptidão possibilita novos consumos.

Na sociedade contemporânea, os indivíduos são responsabilizados pelos cuidados com seu corpo, em especial as mulheres que têm seus corpos expostos com mais frequência na mídia. Na mídia impressa, mais precisamente nas revistas, há uma atenção especial ao corpo feminino e suas necessidades, devido a isso existem muitas revistas<sup>1</sup> voltadas para as questões femininas.

A demanda de cuidados com o corpo feminino é grande, assim como a exposição desse corpo na mídia, sendo este, frequentemente, associado a um corpo saudável, belo e jovem. Essa correlação é tão forte que esses três termos se unificam, sendo chamado por Lovisoló (2006) de modelo JUBESA (juventude, beleza e saúde). Dessa forma, muitas vezes o que é belo se torna, também, jovem e bonito.

Na contemporaneidade, as revistas femininas aparecem como um aliado das mulheres, auxiliando-as no cotidiano, ajudando-as a alcançar os níveis cada vez mais altos de exigências impostas pela sociedade. O casamento e o papel de mãe deixaram de ser o único objetivo das mulheres na sociedade moderna, uma vez que elas buscam sucesso profissional e pessoal. As exigências referentes às mulheres mudaram, assim como seu padrão de corpo, beleza e saúde (LIPOVETSKY, 2000). Para Samarão (2007), em um estudo onde analisa as representações do corpo feminino na publicidade, a imagem da mulher continua associada à imagem de mãe e de dona de casa, imagens essas alimentadas pela sociedade brasileira. Porém, com o passar do tempo “[...] alguns papéis foram “adicionados”: sexy, sensual, trabalhadora, bonita – justamente os papéis trabalhados pela publicidade através de suas representações [...]” (SAMARÃO, 2007, p.49). Sendo assim, não parece ter havido uma troca de representações, mas, sim, um adicionamento de novas atribuições (bonita, sexy, sensual, trabalhadora). À mulher não cabe apenas ser dona de casa e mãe, ela pode e deve continuar sendo tudo isso, além de trabalhar e ser bela.

---

<sup>1</sup> Como ilustração, podemos citar: Máxima; Cláudia; Women’s Health; Manequim; Nova; Boa forma; Nova Cosmopolitan; Saúde. Todas revistas publicadas pela editora Abril.

Dessa forma, o corpo feminino detém cada vez mais a atenção da mídia, que procura atender às novas necessidades enfrentadas pela mulher na sociedade em relação ao seu corpo. Nota-se que a mídia, ao expor o corpo feminino, acaba por produzir padrões de corporeidade feminina:

No trabalho midiático de instituir discursivamente um corpo feminino, institui-se também um ideal de corpo, um modelo de comparação, uma espécie de instância ideal coletiva. Ao dar visibilidade a certas características corporais tomadas como perfeitas, elas são transformadas, via formas discursivas, em metas a serem atingidas, ou pelo menos reconhecidas como *ideais* [...] (BRAGA, 2003, p.111, grifo do autor).

Percebemos, então, que as revistas femininas apresentam e defendem não apenas dicas de comportamento, mas, também, um modelo corporal que deve ser seguido.

Ainda sobre essa questão midiática, encontramos trabalhos que consideram essa idealização corporal como um “culto ao corpo”:

O culto ao corpo assume posição destacada nesta cultura, configurando-se como um símbolo identitário da sociedade moderna. Proliferam-se discursos em torno de um imaginário corporal, o qual impregna a vida das pessoas. Imagens midiáticas, sedutoras e atraentes, buscam transformar os indivíduos em potenciais consumidores de beleza e estética. Vivemos sob o império de uma ‘era narcisista dos corpos’, onde somente a imagem corporal da jovialidade e da beleza é valorizada (TOLENTINO; ASSUNPÇÃO, 2012, p.780).

Esse “culto ao corpo”, porém, não privilegia qualquer biotipo corporal, mas valoriza um determinado padrão, no qual a jovialidade e a beleza são características fundamentais. O corpo belo e jovem também aparece no padrão de corpo promovido pela revista Women’s Health Brasil, que será utilizada nesta pesquisa.

A presente pesquisa procura complementar os estudos iniciados no período da graduação, em que foi analisada a promoção dos estilos de vida na revista feminina Women’s Health Brasil. Nosso objeto de estudo, no entanto, será a apropriação do discurso dessa revista pelas leitoras e não mais a revista como foi na pesquisa realizada na graduação. A partir das leitoras, buscaremos entender como o discurso do estilo de vida saudável é apropriado por elas, dando centralidade às noções de corpo e de saúde, procurando perceber como essas noções influenciam no cotidiano.

No estudo realizado durante a graduação, os resultados nos mostraram que a revista em questão faz a promoção de um estilo de vida saudável, regado a exercícios físicos e consumo, o que era evidenciado nas matérias ilustradas por corpos magros, belos e com musculatura definida. Para alcançar tais objetivos, observa-se um

incentivo ao consumo de produtos que prometem o corpo e a felicidade desejada. Percebemos o apelo ao consumo como uma ação capaz de moldar a vida na sociedade de consumidores, além de auxiliar no processo de melhoramento de si.

Segundo Castiel (2007), é comum a propagação dos estilos de vida nos veículos de comunicação de massa. Além de promoverem os estilos de vida, as revistas têm papel importante nesse cenário, pois é, principalmente, por meio delas que as mulheres têm acesso às orientações para se ter um corpo belo e saudável, fazendo com que a informação circule nas diversas classes sociais.

Como um meio de comunicação de massa, a revista não é apenas uma formadora de opinião, mas, também, uma representante, no nosso caso específico, da mulher e do posicionamento da mesma na sociedade. Utilizando-se de outros estudos que se assemelham a presente pesquisa, podemos afirmar que:

Se quisermos ter uma ideia geral de como se comporta uma sociedade num determinado período, entendendo os seus costumes, ideologia, hábitos e forma de vida, os meios de comunicação de massa surgem, definitivamente, como a maneira mais fácil para o fazer [...] (BRAGA, 2012, p.58).

Dessa forma, escolhemos para essa pesquisa uma revista feminina, por entender sua importância na veiculação de informação e formação de opinião. Inicialmente, a escolha dessa revista se deu pelas temáticas abordadas nela, além de ser uma revista relativamente nova no mercado brasileiro e em crescente ascensão, tendo, no mês de fevereiro de 2015, uma média de 167.889 mil leitores, sendo 55% localizados na região sudeste<sup>2</sup>. Devido a essa ampla concentração de leitores na região sudeste, delimitamos para esse trabalho leitoras que residam no estado do Espírito Santo, pensando, com isso, em viabilizar a realização das entrevistas.

Para chegarmos a essas leitoras, vários foram os esforços realizados, primeiramente tentamos contato com a editora e, também, com os redatores da revista, através de e-mails presentes nas publicações, porém não obtivemos nenhum retorno. Esse esforço foi repetido durante a pesquisa, também sem êxito. Além dos e-mails, tentamos contato com os administradores da página da revista no site de relacionamentos *Facebook*, mas, novamente, não tivemos nenhuma resposta por parte desses responsáveis.

---

<sup>2</sup> Dados retirados do site [www.publiabril.com](http://www.publiabril.com), acessado em 24/05/2015.

Iniciamos, então, uma busca por algumas academias de pessoas conhecidas e que nos permitiram deixar recado na recepção ou no mural de avisos, desse esforço não conseguimos nenhuma leitora. Acreditamos que o público que frequenta esse espaço poderia ser leitor dessa revista, uma vez que esta aborda, com frequência, cuidados com o corpo e a boa forma, preocupações com as quais o espaço da academia se dedica.

Adotamos, enfim, a estratégia das redes sociais. No Facebook, localizamos a página oficial da revista e a partir de uma análise dos perfis das pessoas que curtiam as publicações, fomos identificando mulheres que residiam no Espírito Santo, com essa estratégia, encontramos oito perfis. Enviamos mensagens explicando sobre a pesquisa, e convidando-as para participarem, porém nenhuma mensagem foi respondida. Continuamos, portanto, a busca por nossas futuras entrevistadas.

A partir de então mudamos de estratégia, ao invés de procurar por perfis, passamos a procurar por páginas que tinham temáticas relacionadas ao estilo de vida saudável, à saúde e à saúde da mulher. Além dessas páginas, deixamos o convite para a pesquisa em páginas de universidades (UFES e UVV) e, também, em páginas específicas de cursos de Educação Física, por acreditar novamente que, devido aos assuntos abordados na revista, as probabilidades de encontrar leitores nesse meio aumentavam.

Desses esforços, encontramos quatro leitoras que responderam positivamente ao convite, entretanto com uma destas não foi possível realizar a entrevista devido à complicação de horários e alguns cancelamentos por parte da leitora. As outras três participaram da entrevista, e os dados coletados contribuíram para a pesquisa aqui apresentada.

Após as várias estratégias, resolvemos realizar um mapeamento no curso de Educação Física, da Universidade Federal do Espírito Santo (UFES), para encontrar possíveis leitoras da revista *WH Brasil*, já que a revista aborda uma temática voltada para a área do fitness e dos cuidados com o corpo feminino. Para realizar esse levantamento, visitamos todas as turmas dos cursos de bacharelado e licenciatura, totalizando 16 turmas. Essa visita teve o objetivo de explicar de forma sucinta a pesquisa e saber se existia alguma leitora disposta a participar desse estudo. Na licenciatura encontramos uma leitora da revista, e no bacharelado também localizamos uma leitora, que aceitaram o convite e participam dessa pesquisa.

Após esse primeiro contato com as turmas, pedimos aos colegiados dos dois cursos para que enviassem um e-mail para todos os alunos matriculados tanto no curso de bacharelado, como no de licenciatura da instituição, explicando sobre a pesquisa e fazendo o convite para a participação na mesma. Com esse esforço, conseguimos mais uma leitora do curso de bacharelado.

Dessa forma, chegamos a seis leitoras que estão participando dessa pesquisa, e todas afirmaram ter lido ao menos cinco exemplares da revista nos últimos doze meses. Essas leitoras realizaram uma entrevista que foi organizada da seguinte forma: a primeira parte é constituída por um questionário fechado, que possui o objetivo de delinear o perfil socioeconômico da leitora; a segunda parte consiste em uma entrevista estruturada a partir do conteúdo da revista, sendo dividida em três eixos temáticos – O sujeito e a revista WH Brasil; As concepções de corpo e a revista WH Brasil; Estilos de vida e saúde na revista WH Brasil.

As entrevistas foram realizadas na Universidade Federal do Espírito Santo, sendo que cinco delas aconteceram nos espaços do Centro de Educação Física, e uma no Centro de Vivência. As leitoras tiveram acesso à entrevista, realizando uma leitura do roteiro antes que a gravação começasse. Isso foi pensado com a finalidade de esclarecer todas as dúvidas da leitora acerca de alguma pergunta ou assunto abordado na entrevista. Percebemos que três, das seis leitoras, sentiram-se mais à vontade, ao falar sobre a revista e os assuntos abordados. As demais se mantiveram mais receosas inicialmente, mas foram se sentindo mais à vontade no decorrer da entrevista. Os nomes das entrevistadas foram omitidos, e elas passaram a ser identificadas pelo termo “leitora”, diferenciando-se apenas pelas letras do alfabeto, que correspondem do A ao F.

Os dados coletados com as entrevistas foram analisados com base na análise de conteúdo, que, segundo Bardin (1977), pode ser definido da seguinte maneira:

*[...] Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimento, sistemáticos e objectivos [sic] de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/ recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 1977, p.42, grifo do autor).*

A análise, portanto, é feita a partir de um conjunto de técnicas que têm como objetivo explicar e sistematizar o conteúdo das mensagens. A organização da análise consiste em três fases principais: pré-análise (sistematização das ideias iniciais,

organização); a exploração do material e o tratamento dos resultados; as conclusões e interpretação (BARDIN, 1977).

Nessa pesquisa a sistematização ou pré-análise começou devido ao trabalho de conclusão de curso (monografia), em que se realizou uma análise acerca da promoção dos estilos de vida na revista *Women's Health Brasil*. A partir desse trabalho, houve um interesse em saber como as leitoras recebem os conteúdos que são abordados na revista, surgindo, portanto, o atual trabalho.

As entrevistas realizadas foram transcritas, lembrando que as mesmas já eram divididas por eixos temáticos, como mencionado anteriormente. Esses eixos se mantêm e compõem a estrutura de interpretação desses dados, que será realizada no capítulo III dessa dissertação. Minayo (2004), ao apresentar as possibilidades de análise dos registros, traz a opção desse exame ser feito com base nas temáticas que aparecem ao estudar os dados. Logo, o tema é uma das unidades possíveis de ser aplicada no processo de análise de conteúdo de uma mensagem: “[...] outra unidade é o tema que se refere a uma unidade maior em torno da qual tiramos uma conclusão. Esse tipo de unidade é uma das modalidades mais utilizadas por aqueles que empregam a análise de conteúdo” (2004, p.75). As temáticas nas quais essa pesquisa se baseia serão conhecidas no capítulo III.

A primeira parte dessa pesquisa consiste em um capítulo teórico, que tem como objetivo apresentar as principais reflexões que serão utilizadas no trabalho. A saúde, o estilo de vida e o corpo serão tratados a partir de uma contextualização do atual modelo de sociedade, a fim de entender como esses elementos se manifestam na modernidade. Para essa delimitação, utilizaremos, principalmente, as obras de Bauman (2001, 2006, 2007, 2008) e Castiel (2003, 2006, 2007).

Na sequência, temos o capítulo II, onde faremos uma descrição da *Women's Health Brasil*, demarcando o conteúdo e os assuntos abordados nessa revista. Para a análise e o entendimento sobre a revista, foi considerado o período de publicações que datam de novembro de 2008 até agosto de 2014. Algumas interrogativas nos ajudam a nortear esse estudo acerca da revista – a saber: quais as principais características da revista? Que temáticas aborda? Como esse conteúdo aparece na revista? Qual seu público alvo?

Além de responder a essas questões, realizamos uma descrição das colunas fixas e tentaremos delimitar, por meio das matérias, como a revista aborda o corpo, a saúde e os estilos de vida. Dessa forma, queremos entender o conteúdo da revista,

para, então, servir como base de comparação em relação ao discurso que as leitoras apresentam sobre a mesma.

No terceiro capítulo, com base na descrição da revista e nas entrevistas, apresentamos as temáticas, frutos do processo de análise/ interpretação dos dados. Entendemos aqui o processo de análise e interpretação de forma conjunta, corroborando com Minayo (2004):

[...] outros autores já compreendem a “análise” num sentido mais amplo, abrangendo a “interpretação”. Somos partidários desse posicionamento por acreditarmos que a análise e a interpretação estão contidas no mesmo movimento: o de olhar atentamente para os dados da pesquisa (MINAYO, 2004, P.68).

Iniciaremos o capítulo III apresentando as leitoras e as motivações que as levam a fazer a leitura da revista. Identificamos que as reportagens relacionadas à alimentação e à atividade física são as que mais despertam o interesse dessas leitoras. Essa dupla de cuidados em prol de uma boa forma corporal reaparece de forma significativa quando as entrevistadas relatam sobre suas preocupações em conservar um corpo saudável, assim como quando explanam acerca do que fazem para manter um estilo de vida saudável. Além de apresentar o entendimento das leitoras com relação ao corpo, a saúde e o estilo de vida saudável, também mostraremos a função da revista nesse processo, além de evidenciar como as leitoras concebem-na.

Ao final, apresentaremos nossas considerações sobre esse trabalho de pesquisa.



## 1 A modernidade líquida e seus desdobramentos

A modernidade é dividida pelo sociólogo Zygmunt Bauman (2001) em duas fases<sup>3</sup>: a primeira é chamada de *modernidade sólida*; a segunda e atual fase da modernidade é designada como *modernidade líquida*. Por opção, nos atentaremos à fase líquida da modernidade, visto que esta corresponde ao atual momento em que estamos vivendo.

A modernidade líquida, segundo o referido autor, é marcada principalmente pela fluidez, ou seja, pela rapidez que os fatos ocorrem, fazendo com que as relações sejam marcadas principalmente pela velocidade dos acontecimentos. As situações e relações na modernidade líquida não mantêm seus formatos por muito tempo, podendo ser remodeladas sempre que necessário. Essa não é, porém, a única característica importante para entendermos essa fase, como veremos adiante.

Para Bauman (2007), na modernidade líquida há um divórcio, como o próprio autor define, entre o poder e a política. E aquele, a partir da separação desta, consegue alçar voos para além dos níveis locais, transpondo barreiras de territorialidade, e deixando, com isso, de fazer parte da fundamentação do Estado moderno, indo em direção a um nível global, “[...] Grande parte do poder de agir efetivamente, antes disponível ao Estado moderno, agora se afasta na direção de um espaço global (e, em muitos casos, extraterritorial) [...]” (BAUMAN, 2007, p.8). Enquanto isso, a política, que até então fazia dupla com o poder, permanece em seu nível local, sendo incapaz de caminhar juntamente com o poder para níveis que extrapolem seus limites locais.

Dessa forma, os poderes que conseguem essa emancipação – e seguem, agora, sem a companhia da política – geram níveis de profunda incerteza aos sujeitos, uma vez que a ausência do poder torna as ações políticas menos relevantes no que

---

<sup>3</sup> Bauman caracteriza a modernidade em duas fases: a primeira é chamada de modernidade sólida, em que o Estado se apresentava como “o grande irmão” e regulador dessa sociedade. Na modernidade sólida, a ordem era dada como tarefa para sociedade; pretendia-se chegar a um objetivo determinado e imutável, que era o de colocar a sociedade em plena ordem (estado perfeito), não havendo espaço para ambivalência. Para descrever o segundo estágio da modernidade, Bauman utiliza a metáfora da liquidez, esse período é marcado pelas rápidas mudanças, pela fluidez e a velocidade dos acontecimentos. Na modernidade líquida não se pretende chegar a um objetivo fixo, o mesmo muda conforme a situação, ou seja, o que é buscado hoje pode não ser o mesmo que será almejado no dia seguinte. Nessa fase, “o grande irmão” sai de cena e o mercado assume essa função do Estado; como consequência dessa mudança, surgem os conselheiros e o indivíduo se torna o grande responsável por si mesmo.

se refere aos problemas existenciais dos cidadãos do Estado-nação. Segundo Bauman:

[...] os dois resultados inter-relacionados desse divórcio obrigam ou encorajam os órgãos do Estado a abandonar, transferir ou (para usar os termos que entraram recentemente na moda no jargão político) ‘subsidiar’ e ‘terceirizar’ um volume crescente de funções que desempenhavam anteriormente. Abandonadas pelo Estado, essas funções se tornam um *play-ground* para as forças do mercado, notoriamente volúveis e inerentemente imprevisíveis, e/ou são deixadas para a iniciativa privada e aos cuidados dos indivíduos (BAUMAN, 2007, p.8, grifo autor).

Quando o Estado deixa de desempenhar o que lhe era de dever, as suas obrigações são transferidas para a iniciativa privada e também se tornam responsabilidade do indivíduo. Essa transferência de responsabilidade nos leva a outra característica da modernidade líquida, que é o discurso do “faça você mesmo” (BAUMAN, 2001), que acentua a individualidade de cada um e, com isso, torna o indivíduo o único responsável por suas escolhas e seu possível sucesso ou fracasso. O que acontece aqui é a responsabilização do indivíduo, entendido como emancipado e responsável por si, criando-se, assim, principalmente a ideia de um indivíduo livre. Os riscos das escolhas são de inteira responsabilidade desses indivíduos que são livres para escolher, porém não há uma única receita a seguir, ao contrário, existem inúmeras. Além disso, não há um caminho a ser percorrido que dê alguma garantia de sucesso.

Os indivíduos são responsabilizados quando erram em suas escolhas, o que os leva a um estado de ansiedade contínua. Essa relação é percebida como uma benção ou como uma maldição: benção quando o indivíduo pode então tomar suas próprias decisões, e maldição quando o peso dessas escolhas recai apenas sobre esse indivíduo. A felicidade que se pensava ter ao ser livre já não é mais garantida, visto que o indivíduo é deixado a seus próprios recursos e sendo o principal responsável por si e por suas escolhas. Ser livre, porém, significa seguir as regras da sociedade de consumidores: “[...] a liberdade não pode ser ganha contra a sociedade [...]” (BAUMAN, 2001, p.28).

Outra característica importante dessa fase da modernidade é o colapso no qual se encontra o pensamento em longo prazo. As instituições sociais não permitem mais a ocorrência de planejamentos temporalmente longitudinais, visto que as mesmas mudam em um período de tempo menor do que o tempo que elas levavam para se consolidar, em seu período predecessor. Dessa forma, não há tempo para o

planejamento, pois, antes que o trajeto programado se efetive e se solidifique, as mudanças já terão ocorrido, levando a uma reformulação antes mesmo de sua consolidação, de acordo com Bauman (2007):

[...] o colapso do pensamento, do planejamento e da ação a longo prazo, e o desaparecimento ou enfraquecimento das estruturas sociais nas quais estes poderiam ser traçados com antecedência, leva a um desmembramento da história política e das vidas individuais numa série de projetos e episódios de curto prazo que são em princípio, infinitos e não combinam com os tipos de sequências aos quais conceitos como “desenvolvimento”, “maturação”, “carreira” ou “progresso” (todos sugerindo uma ordem de sucesso pré-ordenada) poderiam ser significativamente aplicados. Uma vida assim fragmentada estimula orientações “laterais”, mais do que “verticais” [...] (BAUMAN, 2007, p.9).

O pensamento em longo prazo cede, então, seu lugar para os planejamentos em curto prazo. Porém, as ideias de curto prazo vão de encontro às projeções de progresso, pois nem sempre as opções feitas levam em consideração as conquistas anteriores, estando mais ligadas às oportunidades que se tem no momento da escolha do que com a noção de uma continuidade das etapas iniciadas anteriormente.

A ideia de progresso, de desenvolvimento e de continuidade se perde, provocando um crescimento lateral, ao invés de um crescimento vertical, seja em relação aos planejamentos políticos, seja quanto à organização das vidas individuais (BAUMAN, 2007). O crescimento, nesse caso, é considerado lateral por entender que as escolhas desvinculadas da ideia de progresso exigem habilidades diversas do indivíduo, pois: “[...] cada passo seguinte deve ser uma resposta a um diferente conjunto de oportunidades e a uma diferente distribuição de vantagens, exigindo assim um conjunto diferente de habilidades e um arranjo diferente de ativos [...]” (BAUMAN, 2007, p. 9).

O pensamento em curto prazo, dentro do aspecto da vida individual, leva-nos a uma busca por novas sensações, em que melhor do que chegar a um fim ou seguir um caminho planejado de antemão é poder permanecer na corrida e experimentar a maior quantidade de sensações possíveis, sem a preocupação de se alcançar um objetivo previamente determinado. Nas palavras de Bauman:

Numa sociedade líquido-moderna, as realizações individuais não podem solidificar-se em posses permanentes porque, em um piscar de olhos, os ativos se transformam em passivos, e as capacidades em incapacidades. As condições de ação e as estratégias de reação envelhecem rapidamente e se tornam obsoletas antes de os atores terem uma chance de aprendê-las efetivamente (BAUMAN, 2009, p.7).

As formas que encontramos para viver na fase líquida da modernidade estão diretamente ligadas às características dessa fase. Bauman (2009) vai chamar esse modo de viver de vida líquida. Nessa forma de viver, as pessoas tendem a manter relações mais superficiais, que podemos visualizar como sendo relações atadas por laços fracos ao invés de nós, ou seja, que podem se desfazer sem grandes dificuldades. Dessa forma, o rompimento é facilmente realizado quando for necessário, já que as mudanças na modernidade líquida são frequentes, e, muitas vezes, mudar significa abrir mãos das relações atuais por outras que virão.

Devido às constantes mudanças que ocorrem, o ideal é que o consumidor não privilegie a lealdade, esta tem que ser deixada de lado para que se possa seguir sem problemas com as quebras de vínculos, relacionamentos e esfacelamento dos laços.

Assim como a lealdade, nada que transmita algum sentimento de fixação deve ser estimulado. O ideal é não fazer vínculos ou alianças fortes, já que isso pode significar um problema, pois tende a impossibilitar que se acompanhe as mudanças e as oportunidades apresentadas pela sociedade de consumo. Manter-se fiel às escolhas feitas outrora condena os indivíduos a ficarem para trás na corrida dos consumidores. As alianças fortes tendem a atrapalhar os triunfos que as mudanças podem trazer, pois:

As chances de vitória pertencem às pessoas que circulam perto do topo da pirâmide do poder global, para as quais o espaço pouco significa e a distância não é problema. Pessoas que se consideram em casa em muitos lugares, mas em nenhum deles em particular. Tão leves, lépidas e voláteis quando o comércio e as finanças cada vez mais globais extraterritoriais que as assistiram no parto e que sustentam sua existência de nômades (BAUMAN, 2009, p.10).

O sucesso é mais propício às pessoas que não se prendem e conseguem se deslocar de um lugar para outro sem grandes problemas. As relações estão cada vez mais globais, portanto, ficar parado, significa deixar de consumir e de experimentar novas sensações, o que não é aconselhável, afinal, a vida líquida antes de mais nada é uma vida de consumo (BAUMAN, 2009).

Nesse contexto, a relação estabelecida com o corpo não é diferente, antigas formas físicas cedem lugares aos novos formatos, muitas vezes incentivados pela mídia. Esse processo é visto por alguns estudiosos como uma forma de controle, colocando o corpo em uma posição passível de mudanças, como deve ser na vida líquida. Segundo Pereira (2013), os indivíduos estão sendo levados a aderir a padrões corporais através do discurso midiático:

[...] há um investimento político dos corpos nos anúncios publicitários do tipo “como perder 7 cm em 10 dias”; “emagreça 5 quilos em dois meses”. Assim o sujeito é controlado sem perceber. Ele vai fazendo transformações no corpo para entrar na ordem do discurso midiático: “seja magro!” [...] (PEREIRA, 2013, p. 101-102).

A permissão para mudar sempre que necessário, validada pela vida líquida, aparece também nos corpos individuais, sendo a esses permitido mudar quando novas descobertas e tecnologias são feitas acerca do corpo. Outro estudo, que tematiza o corpo na mídia impressa, dessa vez na revista “Boa Forma”, reforça essa ideia de corpo “moldável”:

Hoje observamos a glorificação crescente do corpo e o lugar de destaque que ocupa atualmente em nosso cotidiano. Somo incitados a uma (re) construção do nosso corpo, nosso templo sagrado, sendo devidamente incumbidos {sic} e responsabilizados por mantê-lo em boa forma física, longe da gordura e de relaxamentos (FERRAZ; CAMPOS, 2009, p. 13).

Essas mudanças são pautadas na relação com o consumo. É ele que possibilita essa relação de controle e transformações sobre o corpo, readequando-o às novas exigências da vida líquida. Portanto, permitir-se consumir sensações, experiências, produtos, tecnologias e tudo mais que for possível na *sociedade de consumidores* é parte fundamental da construção da identidade de cada indivíduo. O corpo denota valor cultural, além de possibilitar a integração de um indivíduo com determinada forma física a um determinado grupo que cultua o mesmo padrão. Para Garrini (2007):

O corpo passou a ser um valor cultural que integra o indivíduo a um grupo, e ao mesmo tempo o destaca dos demais. Ter um corpo “perfeito”, “bem delineado”, “em boa forma” consagra o homem e representa a vitória sobre a natureza, o domínio além do seu corpo, o controle do seu próprio destino [...]. (GARRINI, 2007, p.05).

As mudanças corporais, assim como as relações, devem ser construídas e reconstruídas, sempre que for necessário se adequar às novas mudanças. Acredita-se que essa transformação da identidade possibilita ao indivíduo vivenciar a maior quantidade de experiências e sensações possíveis, tendo, como aliada desse processo de transformação, a velocidade, com a qual se é permitido mudar rapidamente, descartando tudo o que já não cabe mais na atual forma identitária.

A vida líquida é uma vida orientada pelo ato de consumir e tem, como principais combustíveis, o medo e o desejo (BAUMAN, 2009). O medo refere-se à apreensão de ser deixado para trás, igualando-se a tudo que é descartado pela sociedade de consumidores. Já o desejo relaciona-se a todas as coisas novas lançadas no mercado

consumidor; desejo de adquirir tais produtos e de vivenciar as mais diversas experiências.

O medo e o desejo trabalham juntos para que a vida líquida mantenha seu fluxo em alta velocidade, já que os indivíduos, além do medo de ficarem para trás, são estimulados ao consumo diante das novas possibilidades que são lançadas todo o tempo na sociedade de consumidores. Essas duas características impulsionam os consumidores a permanecerem na corrida, por meio do consumo de produtos e, também, de novas vivências e sensações, alimentando, assim, seus desejos.

Dessa forma, a vida líquida contribui para um automonitoramento do indivíduo, em que este busca a valorização e o melhoramento de si. Como consequência, esse sentimento de superação acaba por corroborar o crescente sentimento de insatisfação dos indivíduos, deixando-os em uma situação de precariedade em relação a si mesmos, já que tendem a se considerarem insuficientes nos diversos aspectos de suas vidas. Devido a isso, os indivíduos buscam, nas inúmeras possibilidades oferecidas pelo mercado, uma opção que propicie o melhoramento de si.

A insatisfação do indivíduo consigo mesmo e a infindável busca dos consumidores em prol de um melhoramento de si fazem com que a vida líquida seja autossustentável, pois ela tem início e fim em si mesma, perde-se o interesse pela vida em sociedade, e passa-se a se atentar prioritariamente à vida privada, de modo que: “[...] a desatenção à vida em comum impede a possibilidade de renegociar as condições que tornam líquida a vida privada [...]” (BAUMAN, 2009, p.20).

O ideal de superação é sempre colocado aos poucos, sendo posicionado mais distante de quem os almeja, visto que os postos de chegada são transpostos para níveis cada vez mais difíceis de alcançar, fazendo com que os participantes dessa corrida pela superação sejam motivados a buscar cada vez mais novos patamares, mostrando que é mais interessante permanecer na corrida e poder experimentar novas sensações do que atravessar de fato a linha de chegada.

## **1.1 O corpo e os cuidados de si em uma sociedade líquido-moderna**

O ato de consumir, na corrida dos consumidores<sup>4</sup>, não se restringe a objetos de uso pessoal, vai além:

Não se compra apenas comida, sapatos, automóveis ou itens de mobiliário. A busca ávida e sem fim por novos exemplos aperfeiçoados e por receitas de vida é também uma variedade do comprar, e uma variedade da máxima importância, seguramente, à luz das lições gêmeas de que nossa felicidade depende apenas de nossa competência pessoal, mas que somos (como diz Michael Parenti) pessoalmente incompetentes, ou não tão competentes como deveríamos, e poderíamos ser se nos esforçássemos mais. Há muitas áreas que podemos ser competentes, e cada uma delas requer uma 'compra'. 'Vamos às compras' pelas habilidades necessárias a nosso sustento e pelos meios de convencer nossos possíveis empregadores de que as temos; pelo tipo de imagem que gostaríamos de vestir e por modos de fazer com que os outros acreditem que somos o que vestimos; por maneiras de fazer novos amigos que queremos e de nos desfazer dos que não mais queremos; pelos modos de atrair atenção e de nos escondermos do escrutínio; pelos meios de extrair mais satisfação do amor e pelos meios de evitar nossa "dependência" do parceiro amado ou amante [...] (BAUMAN, 2001, p.87).

A felicidade consequente do ato de comprar está relacionada com a competência da escolha, que, por sua vez, tem relação direta com o poder aquisitivo. Este se apresenta como um limitador das escolhas, já que muitas não são feitas por não se ter recursos financeiros suficientes para adquiri-las. A felicidade depende do que o indivíduo escolhe para si, sendo essa escolha medida pelas condições econômicas desse indivíduo. Contudo, parece que nunca estamos aptos a escolher como poderíamos estar, e essa sensação de incompetência somada à responsabilidade da escolha confere ao indivíduo a sensação de insuficiência. Para aliviar essa tensão, a dilatação do fazer consumista permite aos consumidores que não se prenam às escolhas de outrora, podendo refazê-las sempre que julgarem necessário; dessa forma, uma escolha errada pode ser rapidamente substituída por outra mais acertada, amenizando os erros cometidos.

Vemos que o ato de comprar ou de consumir ultrapassa a fronteira dos bens de consumo, melhor dizendo, não é apenas um objeto que possa ser comprado, vai além, chega às relações humanas e aos cuidados com o corpo. O corpo é aqui entendido como propriedade do indivíduo, e, para que o mesmo esteja apto para seguir na corrida dos consumidores, são necessários alguns cuidados.

Dentre os cuidados que os consumidores têm com o corpo, encontramos os relacionados à aptidão e à saúde. Para Bauman (2001), o conceito de saúde segue

---

<sup>4</sup> O termo 'corrida de consumidores', é utilizado por Bauman (2001), para ilustrar o consumo desenfreado dos indivíduos na sociedade de consumidores. Por meio dessa metáfora percebemos o quão rápido é o ato de consumir, porém, diferente de uma corrida comum, a corrida de consumidores não tem um pódio de chegada.

um padrão mais mensurável, quantificável, como, por exemplo, o indicador de temperatura corporal. Na *sociedade de produtores* – a sociedade da fase sólida da modernidade – preocupada com a regularidade e ordem das tarefas – ela foi o padrão a ser atingido. Nas palavras de Bauman:

A saúde, como todos os conceitos normativos da sociedade de produtores, demarca e protege os limites entre 'norma' e 'anormalidade'. 'Saúde' é o estado próprio e desejável do corpo e do espírito humanos – um Estado que (pelo menos em princípio) pode ser mais ou menos exatamente descrito e também precisamente medido. Refere-se a uma condição corporal e psíquica que permite a satisfação das demandas do papel socialmente designado e atribuído – e essas demandas tendem a ser constantes e firmes (BAUMAN, 2001, p.91).

Já na sociedade líquido-moderna, a *sociedade de consumidores*, definir saúde se torna uma tarefa difícil, devido à velocidade em que as ações ocorrem e, também, às imensuráveis possibilidades (BAUMAN, 2001). Portanto, o que é considerado saudável hoje pode não ser amanhã, já que há rápidas e incessantes mudanças no conceito do que é saudável e nos tratamentos e métodos para se ter uma vida saudável, assim: “[...] o cuidado com a saúde torna-se uma guerra permanente contra a doença. E, finalmente, o significado de um ‘regime saudável de vida’ não fica parado [...]” (BAUMAN, 2001, p.93).

Os tratamentos para retomar o estado saudável, porém, não precisam ser realizados apenas quando doente. Para Lovisolo (2006, p.173), há uma naturalização do artificial, isto é: “[...] não é preciso estar (naturalmente) doente para ir ao médico, tomar vacinas ou ingerir produtos químicos. Podemos fazê-lo como prevenção [...]”. Esses procedimentos estão propícios a fazer parte do nosso cotidiano, naturalizando-se em meio às nossas ações.

Para Bauman (2001), a saúde tem assumido um papel ligado à manutenção e à prevenção dos riscos, ou melhor, a uma otimização dos riscos. Tem sido associada, logo, ao campo das probabilidades, do que pode vir a acontecer. Para identificar se o indivíduo está saudável ou não, os médicos tendem a fazer um diagnóstico, que não tem mais como objeto de entendimento e intervenção o indivíduo: “[...] seu verdadeiro objeto, em cada vez mais casos, é a distribuição das probabilidades, uma estimativa do que pode derivar da condição em que o paciente diagnosticado se encontra” (BAUMAN, 2001, p. 94).

Corroborando com essa ideia, Castiel e Guilam (2007) percebem a saúde como um gerenciamento dos riscos que o indivíduo presencia em seu cotidiano, sendo esse gerenciamento regido pelo sentimento de medo:



[...] ao operar com a categoria 'risco', obrigatoriamente estamos no espaço futuroológico da probabilidade, mas, de certa forma, também, no da paranóia. Assim, algo pode se presentificar, conforme a postulação de determinados valores, obtidos mediante cálculos em estudos com técnicas criadas para esta finalidade. Mas, por suas próprias características virtuais, não possuímos garantias sólidas que isto venha a ocorrer. Indivíduos estão sob risco, mesmo não apresentando sinais evidentes de adoecimento, mas, por indícios nem sempre muito claros, gerados pelos dispositivos médicos de prospecção e vigilância disponíveis. A mensagem é: ameaças nos rondam e devemos estar atentos a isto [...] (CASTIEL; GUILAM, 2007, p.159).

Há uma preocupação em se manter longe dos riscos, o que gera um sentimento de medo, já que a mensuração das chances de uma situação de risco é imprecisa. Sabe-se que os riscos existem e, portanto, deve-se manter vigilância e atenção, criando um estado de paranóia.

Nesse cenário, a saúde torna-se um estado de normalidade desejado pelos indivíduos. O autor ainda utiliza o termo “saúde persecutória” para ilustrar essa ideia de saúde como algo a ser perseguido: “Muitas vezes, os pacientes ou pais das crianças atendidas não estão interessados nos valores que aparecem nos resultados dos exames, mas, sim, em se os exames são ‘normais’ [...]” (CASTIEL, 2007, p.57).

A aptidão, como ressaltamos anteriormente, está relacionada à sociedade de consumidores. Em poucas palavras, a aptidão consiste em um exercício, isto é, em uma qualidade de estar ativo, além de ter competência nesse estado ativo. Nesses termos, está apto é estar disposto, pronto e capaz para vivenciar e consumir novas experiências. É ter um corpo flexível, capaz de experimentar sensações que não podem ser definidas previamente.

O indivíduo da modernidade líquida é livre e responsável por suas escolhas, o mesmo acontece quando o assunto é o corpo. O indivíduo é livre, portanto, para tomar decisões em relação ao seu corpo e torná-lo apto. A busca por aptidão está longe de ter um fim, pois o consecutivo é aleatório e desconexo, e a sensação de estar apto traz consigo o desejo de superação, de sempre corresponder às novas mudanças. Para Bauman:

Ao contrário do cuidado com a saúde, a busca da aptidão não tem, portanto, um fim natural. Os objetivos podem ser estabelecidos apenas para a presente etapa do esforço sem fim – e a satisfação de alcançar um objetivo é apenas momentânea. Na longa busca pela aptidão não há tempo para descanso, e toda celebração de sucessos momentâneos não passa de um intervalo antes de outra rodada de trabalho duro. Uma coisa que os que buscam a ‘aptidão’ sabem com certeza é que ainda não estão suficientemente aptos, e que devem continuar tentando (BAUMAN, 2001, p.92).

Dentre os cuidados com o corpo, a aptidão torna o corpo do consumidor uma ferramenta para que se possa, por meio dele, vivenciar e experimentar novas sensações, já que o mesmo pode ser modificado e adaptado para atingir esse objetivo. O corpo, desse modo, é entendido como algo controlável e, também, um bem supremo do consumidor:

O corpo consumista/ do consumidor é 'autotélico', constituindo o próprio fim e o valor em si mesmo; na sociedade dos consumidores, também é, por acaso, o valor supremo. Seu bem-estar é o principal objetivo de toda e qualquer busca existencial, assim como o principal teste e critério de utilidade, conveniência e desejo para o restante do mundo humano e cada um de seus elementos (BAUMAN, 2009, p.119).

A busca por aptidão é de caráter subjetivo, assim como as experiências que essa aptidão permitirá a cada indivíduo vivenciar. Não podemos dizer que as sensações experimentadas por um indivíduo são as mesmas que um outro indivíduo sentirá, ao passar pela mesma situação. Para ter a experiência de um dado momento, não basta ter o conhecimento de alguém que vivenciou aquela situação, pois isso daria a possibilidade de imaginar o que esse momento desencadearia, porém, para saber quais seriam de fato as reações a esse estímulo, somente vivenciando-o. Dessa forma, não é possível de ser medida por alguém que não se encontra naquela circunstância (BAUMAN, 2001).

Embora a aptidão e a saúde sejam, comumente, colocadas e/ou entendidas como sinônimas, segundo Bauman (2001), elas não devem ser entendidas dessa forma. Afinal, a saúde está em busca de uma normatização a partir de meios mensuráveis, enquanto a aptidão está relacionada ao sentimento de superação e melhoramento de si, a partir da possibilidade de vivenciar novas e mais surpreendentes experiências: “[...] quase se poderia dizer que, se a saúde diz respeito a ‘seguir as normas’, a aptidão diz respeito a quebrar todas as normas e superar todos os padrões” (BAUMAN, 2001, p. 92).

O sentimento de incerteza ou de inexatidão, que acompanha a noção de aptidão, é o que faz não a saúde, mas a não definição do que seja o termo saúde assemelhar-se e, por vezes, confundir saúde com aptidão. Pois, por sofrer contínuas mudanças em seu significado, ocorre uma fragilização do conceito de saúde, e a procura por essa definição se assemelha à busca por aptidão, mas, entendê-las como sinônimas devido a essa aproximação seria um erro (BAUMAN, 2001).

Dentre esses dois cuidados, o corpo do consumidor busca por aptidão, pois é esta que lhe possibilita novas experiências. Dessa forma, o corpo se apresenta como

um instrumento que nos proporciona novas sensações e novos prazeres, necessitando, para isso, estar em um estado de boa forma, como descreve Bauman:

O ideal de 'boa forma' tenta captar as funções do corpo, acima de tudo, receptor e transmissor de sensações. Refere-se a sua capacidade de absorção, ao seu grau de sintonia com as delícias que estão sendo ou logo poderão ser oferecidas - prazeres conhecidos, desconhecidos, ainda não inventados, sequer imaginados e ainda inimagináveis, mas a serem alcançados mais cedo ou mais tarde (BAUMAN, 2009, p.122).

A busca por novas sensações/prazeres e por um estado de boa forma desconhece um objetivo final, uma vez que a satisfação nunca é atingida, o que, por sua vez, leva a novas buscas a fim de superar sempre o estado anterior. Essa procura por um estado de boa forma não cessa independente do nível no qual o indivíduo já foi capaz de chegar: “[...] seu corpo pode estar em excelente forma, não importa – *sempre será possível melhorar [...]*” (BAUMAN, 2009, p. 122, grifo do autor).

Segundo Lovisolo (2006), busca-se o tempo todo atribuir ao corpo características relacionadas à saúde, beleza e juventude. As pessoas são incentivadas a manter hábitos e a seguir caminhos que possibilitam alcançar tais objetivos. Para se referir a essa tríade, o autor utiliza a expressão JUBESA (Juventude, Beleza e Saúde):

Tanto na mídia como no discurso cotidiano, encontramos a afirmação da crença e dos desejos desses três elementos, de forma tal que se tornou uma referência significativa para as condutas das pessoas que procuram atingir um ou todos esses valores e, para uma indústria altamente diversificada e em crescimento, que procura atender a ‘gregos e troianos’, elites consumidores e consumidores populares (LOVISOLO, 2006, p.159).

Dessa forma, acredita-se que os indivíduos podem seguir as orientações desse modelo, pois há produtos e tratamentos que são acessíveis aos mais diversos níveis econômicos, permitindo, assim, às camadas menos favorecidas consumirem o que lhes é acessível, e possibilitando, com isso, a adequação ao padrão presente na sociedade de consumidores.

Com essa “facilitação” de acesso aos meios de obtenção do modelo JUBESA, entra em cena o discurso de que “só não se adequa quem não quer”, deixando a cargo do indivíduo a responsabilidade sobre os cuidados com seu corpo, evidenciando a privatização dos cuidados de si.

De acordo com Lovisolo (2006), para reforçar essa ideia, a mídia televisiva<sup>5</sup>, com muita frequência, mostra em seus quadros, denominados quadros de transformação, pessoas que vivem fora do modelo JUBESA, e que, após passar por diversos tratamentos estéticos (mudança no figurino, cabelo, tratamentos de pele, entre outros), transformam-se em pessoas mais bonitas e, logo, com aparência mais jovem e saudável. A fusão de um termo com outro acaba tornando o que é belo algo que também pode ser relacionado ao sentido de juventude e de saúde. Essa associação dos três elementos seria um ponto forte do modelo JUBESA, pois faz a unificação do modelo. Sendo assim, como ressalta Lovisolo (2006, p.167): “[...] um velho ‘sarado’ se torna jovem e até belo”.

Porém, segundo o autor, os indivíduos são motivados a seguir esse modelo não com o objetivo de se tornarem saudáveis, mas, sobretudo, para se tornarem belos. Os apelos relacionados ao estético sobressaem mesmo quando o objetivo principal é o de ser saudável: “[...] o protetor solar pode ser recomendado para a prevenção do câncer de pele, contudo, a recomendação parece ser mais eficiente quando se diz: olha as rugas, use protetor para reduzi-las” (LOVISOLO, 2006, p.162).

Ao adentrar na busca por esse modelo JUBESA, o indivíduo se vê cercado por diversas possibilidades de escolha, tendo que selecionar dentre essa variedade o que julgar ser o melhor para si. Essa infinidade de escolhas acaba por colaborar com o sentimento de insatisfação, já que, como vimos anteriormente, deparamo-nos com um estado de boa forma que não tem um fim, podendo sempre ser superado. Devido a isso, o ato de consumir, ao mesmo tempo em que gera satisfação, traz, ambigualmente, o sentimento de insatisfação, pois, quando saciamos um desejo, surgem novos anseios, levando os indivíduos a continuarem consumindo (BAUMAN, 2001). Com isso, Lovisolo (2006) acredita que a possibilidade de se chegar a um nível de satisfação é algo difícil de se concretizar, pois sempre há a possibilidade de ir mais longe.

A infindável busca por um estado de boa forma mantém ainda mais o consumidor atento às novas opções de consumo. Para auxiliar o indivíduo nessa tarefa, a sociedade de consumo reinventa e cria a todo instante novas sensações para

---

<sup>5</sup> Programa Esquadrão da Moda (Emissora: SBT); Quadro Beleza Renovada (Programa da Eliana, emissora: SBT); Quadro Transformação da Face (Programa Hoje em Dia, emissora: Record); Quadro Você Mais Poderosa (Programa Mais Você, emissora: Globo), são exemplos de quadros e programas que tem como objetivo a transformação dos seus participantes.

serem consumidas, afinal, para essa sociedade, é fundamental manter o indivíduo interessado e apto às mudanças. O desejo deve ser estimulado para que o consumidor possa permanecer na corrida, assim: “[...] o consumismo não se refere a *satisfação* dos desejos, mas à *incitação* do desejo [...]” (BAUMAN, 2009, p.120, grifo do autor).

Perceber o corpo como a principal ferramenta, que possibilita ao indivíduo experimentar novas sensações, faz com que se tenha diversos cuidados para garantir a boa forma corporal, que é necessária para vivenciar essas sensações. Em prol dessa boa forma, o mundo exterior ao corpo se torna um mundo de perigos, por oferecer opções que colocam em risco a busca por essa condição corporal, pois qualquer coisa do mundo externo, que ultrapasse a superfície do corpo sem ser convidada, pode se transformar em uma ameaça. A alimentação é um exemplo dessa relação, pois, quando ingerimos alimento em excesso, ou, ainda, alimento inadequado, colocamos o nosso corpo em perigo, já que essa alimentação pode acarretar no aparecimento da gordura corporal. Dessa forma, todo o cuidado com o que entra em contato com esse corpo deve ser tomado, a fim de que nenhum inimigo consiga arruinar a tarefa de manter o corpo em estado de boa forma (BAUMAN, 2009).

O corpo, contudo, não pode e nem deve se transformar em um território totalmente fechado, porque é a partir da interação com o mundo externo que novas experiências são possibilitadas. O que deve ser evitado, de acordo com Bauman (2009), são os excessos nessa relação entre o corpo e o mundo exterior, para, assim, prevenir possíveis riscos ao corpo. Essa relação inclina-se, logo, a transformar-se em uma relação de inevitável ambivalência:

[...] imune a todas as terapias, essa ambivalência continua sendo um terreno fértil para os mais variados, irritantes e dilacerantes traumas psicológicos que apavoram os cidadãos da sociedade de consumo, assim como para suas tendências mais paranoicas e esquizofrênicas. Pense, por exemplo, na anorexia e na bulimia, as duas desordens alimentícias gêmeas que são marcas registradas da sociedade de consumidores [...] (BAUMAN, 2009, p.124-125).

A bulimia e a anorexia aparecem, nas palavras de Bauman, para descrever problemas decorrentes da busca por um modelo corporal desejável na sociedade de consumidores. Corroborando com essa ideia, Lovisolo (2006) acredita que esses dois transtornos alimentares advêm de comportamentos excessivos para se manter a boa forma. Ao observar as características desses dois transtornos ligados à forma física, notamos que existem semelhanças entre eles, já que ambos tentam afastar o risco

que o acúmulo de gordura representa para o corpo. Dentre os medos que se estabelecem na fronteira corpo/mundo exterior, a gordura se apresenta como o grande risco dessa interação.

A gordura se torna o grande inimigo do corpo, sendo necessário combatê-la para que seja mantida a boa forma. Quando a gordura consegue ultrapassar as barreiras e se alojar no corpo do consumidor, todos os esforços para a manutenção da boa forma se perdem. O corpo passa a abrigar o inimigo: “A gordura corporal representa os agentes inimigos que penetraram o território pátrio e estão prontos a lançar um ataque a partir de dentro, quando e onde menos se esperava o perigo [...]” (BAUMAN, 2009, p.126).

Há uma espécie de guerra declarada contra a gordura e o excesso de peso, e para manter seus corpos longe desses inimigos, os soldados dessa guerra encontram diversas armas para enfrentar esse confronto. Dentre os procedimentos e práticas que são adotadas, encontramos várias opções:

[...] que envolvem desde a atividade física para formar um corpo belo, forte e resistente, até às práticas médicas de manutenção e modelagem corporal, passando pelo mundo da cosmética e da moda, implicam que tudo vale na obtenção do modelo e, mesmo, voltar às técnicas e procedimentos abandonados no tempo [...]. (LOVISOLO, 2006, p.166).

A liberdade de agir sobre o corpo, podendo construí-lo e remodelá-lo da melhor forma, traz consigo o drama da insegurança, uma vez que ter segurança, ao escolher entre as diversas opções oferecidas pelo mercado, é algo difícil, quando os resultados dessas escolhas são de total responsabilidade do indivíduo. Para Bauman:

A gordura se tornou um dos grandes gritos de guerra e o *casus belli* na ‘guerra cultural do novo século’ – a guerra que é simplesmente outra versão atualizada e remontada da eterna luta entre liberdade e segurança – as duas qualidades igualmente indispensáveis e cobiçadas, reconhecidamente difíceis de conciliar, de qualquer vida humana suportável ou desejável. A ascensão da ‘questão da gordura’ segue de perto e previsivelmente a promoção do corpo do consumidor à posição de alvo central do marketing, e dos cuidados com o corpo ao status de principal ponto de venda das mercadorias de consumo (BAUMAN, 2009, p. 128, grifo do autor).

Na batalha contra a gordura, o ato de se alimentar passa, então, a ser encarado como um risco à saúde e à boa forma do corpo: “[...] como distinguir ‘saturado’ de ‘insaturado’, ‘natural’ de ‘hidrogenado’, as gorduras de que nosso corpo precisa para funcionar normalmente daquelas que impedem seu funcionamento normal? [...]” (BAUMAN, 2009, p.126). O mercado de produtos alimentícios fornece ao consumidor

diversas opções de escolha, tendo este que decidir qual a melhor escolha para si, sem perder de vista a boa forma.

Na *sociedade de consumidores*, obcecada pela fluidez e em uma corrida constante em busca por satisfazer seus desejos, que são renovados a cada dia pelas novas opções que lhe são ofertadas, não é de se estranhar que tudo que vai de encontro à realização dessa tarefa se torne algo não desejado.

A gordura corporal representa exatamente esse ‘andar na contra mão’, ao se opor à liquidez e à leveza da *sociedade de consumidores*. Um corpo pesado não é desejado, pois tudo que representa lentidão e dificuldade de locomoção não é algo desejável por essa sociedade, já que: “[...] o jogo da dominação na era da modernidade líquida não é mais jogado entre o ‘maior’ e o ‘menor’, mas entre o mais rápido e o mais lento. Dominam os que são capazes de acelerar além da velocidade de seus opositores [...]” (BAUMAN, 2001, p.214-215). Assim como nas relações sociais, o corpo também deve representar, ou, ainda, possibilitar, a aceleração dos acontecimentos e da experimentação de novas sensações.

O corpo do consumidor se torna um território a ser defendido e vigiado, para, dessa forma, garantir suas satisfações: “[...] o corpo, pode se dizer, se tornou o único abrigo e santuário da continuidade e da duração: o que quer que possa significar o ‘longo prazo’, dificilmente excederá os limites impostos pela mortalidade corporal” (BAUMAN, 2001, p.210). O corpo, portanto, é o local onde ainda se mantém a ideia de duração, perdida na *sociedade de consumidores*, visto que o prazo mais longo que um indivíduo pode estabelecer é a sua própria existência. Só é possível permanecer na corrida dos consumidores, enquanto for mantido um corpo capaz de seguir, com velocidade suficiente, todas as novidades que lhe são apresentadas. A importância que o corpo exerce na corrida dos consumidores faz com que os indivíduos, mais do que em qualquer outra época, tenham tantos cuidados com o corpo.

## **1.2 Os conselheiros e a construção dos Estilos de Vida**

Conforme o exposto, por um lado, os indivíduos jamais tiveram tantas opções de escolhas, mas, por outro, nunca se viram tão responsáveis por elas como são no contemporâneo. Nessas circunstâncias, para auxiliar os indivíduos na árdua tarefa da escolha, entram em cena os especialistas, que invadem, principalmente, a mídia de

divulgação de massa (revistas, programas de televisão), fornecendo dicas e sugerindo o que deve ser feito em determinada situação: qual alimento comer, quais atividades físicas são melhores para a saúde, quais as últimas tendências da moda, entre tantas outras dicas possíveis de serem dadas na sociedade de consumo. Segundo Bauman:

Não faltam, obviamente, pessoas que afirmam ‘estar por dentro’, e muitas delas têm legiões de seguidores prontos a lhes fazer coro. Tais pessoas ‘por dentro’, mesmo aquelas cujo conhecimento não foi posto publicamente em dúvida, não são, no entanto, *líderes*, elas são no máximo, *conselheiros* – e uma diferença crucial entre líderes e conselheiros é que os primeiros devem ser seguidos e os segundos precisam ser contratados e podem ser demitidos [...] (BAUMAN, 2001, p.76-77, grifo autor).

Os líderes, presentes na fase sólida da modernidade, tinham lugar garantido para manter a boa sociedade e as normas, que eram objetivos da sociedade de produtores, auxiliando na tarefa de afastar tudo o que por algum motivo contrariasse a ordem. Na sociedade de consumidores, porém, o mercado assume o papel que era do Estado, passando, assim, a guiar os indivíduos em suas escolhas dando exemplos de como tratar os problemas da vida privada.

Outra distinção importante, que devemos ressaltar entre os líderes e os conselheiros, é a de que, enquanto os líderes agiam como intermediários entre a vida privada e o bem comum, os conselheiros não se arriscam a ultrapassar os limites do mundo privado. Esses conselhos: “[...] se referem à *política-vida*, não à Política com P maiúsculo; eles se referem ao que as pessoas podem fazer elas mesmas e para si próprias, cada uma para si – não o que podem realizar em conjunto para cada uma delas, se unirem forças” (BAUMAN, 2001. p.77, grifo do autor).

Assim, o objetivo dos conselheiros é de nível individual e privado. O indivíduo tem no conselheiro uma referência para poder tomar suas decisões, mas, por mais que os conselheiros ajudem no direcionamento das escolhas, a ação de escolher é individual, não sendo feita em conjunto. Desse modo, seguir um conselheiro não tira do indivíduo o peso da responsabilização por suas escolhas. Além de não dividir a responsabilidade por suas escolhas, os conselheiros podem ainda reforçar a ideia de solidão e abandono vivida pelo consumidor, pois não importa qual o teor do aconselhamento, cabe ao indivíduo colocar em prática os conselhos recebidos, da forma mais apropriada possível (BAUMAN, 2001).

Na sociedade de consumidores, os indivíduos buscam exemplos de pessoas, que em algum momento passaram por problemas parecidos com os quais estão vivenciando, para guiarem suas decisões. Percebendo as dificuldades enfrentadas



por outras pessoas e observando como foi esse processo na vida do outro: “[...] esperamos descobrir e localizar os problemas que causaram nossa própria infelicidade, dar-lhes um nome e, portanto, saber para onde olhar para encontrar meios de resistir a eles ou resolvê-los” (BAUMAN, 2001, p.78).

Esses exemplos podem abranger os mais variados aspectos da vida privada, sendo que essas figuras, que se apresentam como exemplos, quase sempre são pessoas conhecidas na mídia, como a atriz norte-americana Jane Fonda, apresentada por Bauman (2001) como um exemplo de conselheira na década de 80, já que possuía diversos seguidores que buscavam ter o mesmo padrão corporal, isto é, corpo jovem, magro e flexível. Jane Fonda passava uma imagem clara de que cada indivíduo era o responsável pelo corpo que tinha, pois este deveria ser tratado como propriedade, e, por isso, passível de sofrer as alterações necessárias para se chegar a um modelo desejável. Para Bauman (2001), a ideia de um indivíduo como “construtor” do seu corpo nos remete a uma figura pré-moderna do ‘artesão’:

Para sustentar e reforçar o *amour de soi* pós-moderno, ela invoca (ao lado da tendência de consumidora de auto-identificar-se pela propriedade) a memória do mundo pré-pós-moderno – em verdade mais pré-moderno do que moderno – instinto de artesanato: o produto de meu trabalho é tão bom quanto (e não melhor que) a habilidade, atenção e cuidado que ponho em sua produção. Quaisquer que sejam os resultados, não tenho ninguém mais a quem possa elogiar (ou culpar, se for o caso) (BAUMAN, 2001, p.79, grifo do autor).

Contudo, mesmo com o auxílio do conselheiro para guiar dentre as possibilidades, vale ressaltar, mais uma vez, que a tarefa de se adequar é de total responsabilidade do indivíduo, sendo este o culpado quando negligencia esse dever.

Ao conselheiro cabe o papel de dar dicas ou servir como exemplo, sendo que a autoridade de quem fala é menos importante do que o exemplo que ela tem a compartilhar. A quantidade de conselheiros que é necessária para atender às demandas sociais é tão grande, que não é possível se basear apenas nos exemplos de pessoas famosas: [...] as celebridades com autoridade suficiente para fazer com que o que dizem seja digno de atenção mesmo antes que o digam são muito poucas para estrelar os inumeráveis programas de entrevistas da TV [...] (BAUMAN, 2001, p.80). Devido a essa demanda, entram em cena, então, as pessoas não famosas, que se expõem na mídia a fim de servir como exemplo a outros consumidores que estejam passando por problemas semelhantes aos já enfrentados por elas.

A falta de autoridade dessa pessoa não famosa não desmerece, porém, os seus conselhos, já que o fato de ela ser uma pessoa anônima faz com que, quem a vê, siga-a, sentindo-se, assim, mais próximo dela, dando a ideia de que: “se ela pode, eu também posso! ”. A autoridade de quem fala pode fazer com que a atenção ao conselho seja maior, mas o anonimato de quem fala dá a ideia do conselho ser mais fácil de ser alcançado e colocado em prática (BAUMAN, 2001).

Castiel (2003) entende essas escolhas individualizadas, que são muitas vezes decididas com base nas dicas dos conselheiros, como um gerenciamento dos riscos aos quais estamos submetidos, e os resultados dessas escolhas constroem o que chamamos de estilos de vida. O estilo de vida pode, para o referido autor, ser entendido como:

[...] um conjunto relativamente integrado de práticas individuais que estão voltadas para necessidades utilitárias e que conformam narrativas identitárias próprias. Além do ‘como agir’, refere-se a ‘quem ser’. Tais práticas consistem em ações aparentemente automáticas relativas a hábitos de comer, vestir-se, formas de morar, modo de deslocar-se espacialmente, lugares a frequentar etc [...] (CASTIEL, 2007, p.84).

A ideia de estilo de vida está, portanto, ligada às escolhas feitas pelos indivíduos e pertence à esfera da vida privada, sem a preocupação com o “bem comum da sociedade”. Cabe mais uma vez ao indivíduo direcionar o estilo de vida desejável, a partir de suas escolhas. E os conselheiros, além de orientarem as escolhas, encaminham um padrão de estilo de vida a ser seguido.

Além do papel de conselheira, a mídia também atua para a propagação do estilo de vida:

Nos dias de hoje, estilo de vida é uma concepção consagrada em vários âmbitos da vida contemporânea. Podem-se perceber referências a essa ideia nos meios de comunicação de massa e na publicidade, elementos centrais da moderna cultura individualista do consumo (CASTIEL, 2007, p.77).

A mídia, logo, apresenta-se como uma divulgadora do estilo de vida, como uma conselheira que indica os caminhos, ou melhor, quais escolhas devem ser realizadas para aderir a um determinado estilo de vida. Porém, existe um fato importante que interfere na liberdade de escolha do indivíduo: seu poder de consumo. Enquanto, para uns, a vida é repleta de infinitas possibilidades de escolha, para outros, essas possibilidades se restringem, proporcionalmente, ao poder aquisitivo:

Numa sociedade sinóptica de viciados em comprar/assistir, os pobres não podem desviar os olhos; não há mais para onde olhar. Quanto maior a liberdade na tela e quanto mais sedutoras as tentações que emanam das vitrines, e mais profundo o sentido da realidade empobrecida, tanto mais irresistível se torna o desejo de experimentar, ainda que por um momento

fugaz, o êxtase da escolha. Quanto mais escolhas parecem ter os ricos, tanto mais a vida sem escolhas parece insuportável para todos (BAUMAN, 2001, p.104).

Corroborando com a ideia presente na citação acima, Castiel (2003) afirma que uma crítica comum em relação ao conceito de estilo de vida é o emprego desse termo nas situações de miséria, em que o poder e a liberdade de consumo ficam extremamente restritos, e o que é designado por estilo de vida, muitas vezes, não passa de estratégias de sobrevivência. As pessoas que vivem nessa situação, portanto, não escolhem qual estilo de vida vão seguir, apenas adotam determinadas estratégias, sem ter uma autonomia para escolher. Um exemplo disso seria a impossibilidade de residir em um bairro com o mínimo de condições sanitárias e infraestrutura, ou mesmo a não opção de ter uma casa para morar, devido às condições socioeconômicas.

Em contrapartida à falta de autonomia dos menos favorecidos por causa de questões socioeconômicas, as classes mais favorecidas têm uma maior variedade e condições para escolher, aumentando seu poder de consumo e tendo liberdade não apenas para optar, mas, também, para se desfazer de tudo aquilo que se torna velho, sendo rapidamente substituído por outro sem maiores problemas. “Ter recursos implica a liberdade de escolher, mas também – e talvez mais importante – a liberdade em relação às consequências da escolha errada e, portanto, a liberdade dos atributos menos atraentes da vida de escolhas [...]” (BAUMAN, 2001, p.105).

As classes mais favorecidas economicamente conseguem acompanhar a velocidade exigida/imposta pela corrida dos consumidores, podendo, assim, experimentar a maior quantidade de sensações possíveis. Nessas camadas sociais mais favorecidas:

[...] o estilo de vida se dirige ao corpo como um bem, cuja aparência de vigor físico e juventude deve ser mantida. A ideia de boas condições de saúde se funde à de atratividade sexual. Esta conjugação gera uma grande estrutura industrial e comercial voltadas ao mercado de cosméticos, vestuário, esporte, lazer, alimentação, etc. [...] (CASTIEL, 2003, p.92).

Essa variedade de produtos acelera as sensações propiciadas pela corrida dos consumidores, pois cada vez mais são lançados novos produtos para suprir as demandas existentes.

Mesmo diante da impossibilidade de alguns indivíduos pertencentes às classes socioeconômicas menos favorecidas realizarem escolhas, isso não muda o julgamento moral que se faz aos que não seguem adequadamente um padrão. Diante

da privação econômica e da exclusão social, Castiel acredita não fazer sentido considerar as pessoas que vivem nessas condições responsáveis por seu estilo de vida, mas reconhece que

[...] mesmo assim, há perceptíveis conotações moralistas neste enfoque. Se não há carências em termos extremos de autonomia, pairam juízos de valor em que o padrão mais aceitável é o do agente racional que avalia, pesa e decide suas ações em termos teoricamente objetiváveis sob a égide de cálculos de custo-benefício (CASTIEL, 2007, p.85).

A responsabilidade atribuída ao indivíduo na sociedade de consumidores quanto aos cuidados que o mesmo deve ter com seu corpo, mantendo-o saudável e longe dos riscos, tornando-o apto para as possíveis experiências, faz com que os indivíduos, que por algum motivo não conseguem manter esse padrão de cuidados com o corpo, sofram julgamentos moralizantes sobre suas condutas, comumente associados ao pecado e a fraqueza de caráter (CASTIEL, 2006).

É comum o sentimento de culpa nos indivíduos que se desviam, mesmo que pouco, do fluxo da sociedade de consumo. Esse sentimento de culpa relaciona-se às ações de caráter individual: “[...] como no caso de muitos relatos de mulheres que se livram de sentimentos de culpa após se livrarem-se de alguns quilogramas” (CASTIEL, 2007, p.44). Ainda sobre o sentimento de culpa:

Sabe-se que a ideia de culpa envolve, antes de tudo, um julgamento e a desaprovação de alguém em função de alguma falha, transgressão (como falta, pecado, delito, ofensa etc.) em relação à moral ou às leis vigentes em um determinado contexto. Inevitavelmente, está ligado à noção de responsabilidade, ou seja, a capacidade de responder socialmente pelos próprios atos (CASTIEL, 2007, p.35).

Para colaborar com a manutenção do estilo de vida saudável, entra em cena novamente a indústria, trabalhando para cada vez mais oferecer ao consumidor produtos que não contribuam para o sentimento de culpa, que os alimentos ingeridos podem trazer ao corpo do indivíduo:

[...] estes teriam a função de contornar riscos sem grandes privações, através de manipulação tecnológica que ‘purificaria’ de modo paradoxal os aspectos considerados nocivos pelo conhecimento em saúde vigente. Por exemplo, a existência de produtos ‘sem’ ou ‘des’ ou com ‘baixos teores’ (seja *light* ou *diet*) é impressionante: café descafeinado, leite desnatado, cerveja sem álcool, adoçantes sem açúcar. Na indústria alimentícia, é evidente uma busca desenfreada por engodos perceptivos que estimulem as papilas gustativas de modo equivalente aos alimentos deliciosamente arriscados, mediante simulacros o mais inócuos possível. Desde que o acesso ao consumo esteja garantido – visa-se o máximo possível de prazer (CASTIEL, 2007, p.45, grifo do autor).

Percebe-se que os produtos propiciadores de prazer não param de ser inovados. A própria indústria tem que se superar e melhorar seus produtos para que

o desejo não pare de ser estimulado, tendo o cuidado, no caso da indústria alimentícia, de não colocar em risco a boa forma, cuidando especialmente de afastar o corpo do consumidor da gordura, entendida como a grande inimiga desse corpo.

Caso os consumidores façam más escolhas, desviando-se do que seria o correto a seguir, ou mesmo não conseguindo acompanhar o fluxo da sociedade de consumidores, eles são culpabilizados por suas escolhas. A culpabilização da vítima (BAUMAN, 2001) ganha duas vertentes quando o assunto é a promoção da saúde (CASTIEL, 2007): a primeira se refere ao constrangimento que aqueles indivíduos, que conduzem suas vidas sem mensurar os riscos de colocá-las em perigo, sofrem por parte daqueles que vivem dentro dos preceitos da otimização dos riscos. Já a segunda diz respeito a responsabilizar os que não se encaixam, sendo estes taxados de irresponsáveis por adotarem condutas de risco, negligenciando a saúde.

O medo à “lógica do ridículo” participa do controle social, criando um sentimento de vergonha aos que não seguem a lógica da sociedade de consumo, e, por consequência, colocam suas vidas em risco, pois: “[...] o senso do ridículo pode funcionar como um elemento inibidor de atitudes ou de enunciados que não sigam certas expectativas de responsabilidade ou padrões civilizatórios [...]” (CASTIEL, 2007, p.47). Dessa forma, o indivíduo que se adequa à lógica do consumo se coloca em uma inevitável ambivalência, pois, ao mesmo tempo em que é incentivado a consumir a maior quantidade de sensações possíveis, esse consumo aumenta as suas chances de se colocar em risco, consumindo sensações inadequadas à sua boa forma.

Para Castiel (2007), a responsabilização do indivíduo não propicia mudanças nos aspectos macrossociais, que, em muitos dos casos, corrobora para que esses consumidores tenham condutas consideradas de risco. Simplesmente culpar os indivíduos por suas ações não nos leva a mudanças significativas em níveis sociais mais amplos, já que, muitas vezes, esses indivíduos perdem a autonomia da escolha, devido, entre outros fatores, ao desfavorecimento socioeconômico, como visto anteriormente. Dessa forma, nem sempre é possível se adequar a um estilo de vida saudável, longe dos riscos, e baseado no consumo de produtos adequados à manutenção da boa forma e da realização de atividades físicas.

Nesse contexto de construção dos estilos de vida, cabe o entendimento do papel dos artefatos midiáticos como conselheiros nesse processo, dando ênfase, no

nosso caso, às revistas, observando como estas colaboram com os indivíduos nessa busca por uma vida mais saudável.

### **1.2.1 A mídia como conselheira**

A mídia, como vimos anteriormente com Castiel (2007), contribui para a formação do estilo de vida saudável na sociedade líquida moderna. As dicas e os conselhos presentes nesse veículo de comunicação dizem respeito às noções de comportamento e às atitudes que podem ser adotadas no convívio social, e vêm com o objetivo de auxiliar o indivíduo diante das inúmeras possibilidades de escolha:

Assim, torna-se cada vez mais conveniente para as pessoas apoiarem-se em 'receitas de estilos de vida' que são produzidas por vários setores da sociedade. Dentre esses, podemos destacar os vários segmentos do mercado que criam e difundem pela mídia verdadeiros manuais de como desenvolver uma auto-identidade 'segura' e viver a própria vida. Muitas matérias veiculadas na mídia tentam dar conta dos mais diferentes setores da vida humana. A saúde e a vida social relacional são constantemente abordadas, provavelmente por serem as mais buscadas nos diferentes tipos de mídia [...] (SANTOS; SILVA, 2008, p.24).

A mídia se atenta à produção desses aconselhamentos destinados aos diversos públicos: homens, mulheres, jovens, entre outros. No caso do presente trabalho, limitar-nos-emos à produção midiática impressa, mais especificamente à revista feminina.

As revistas femininas se apresentam como auxiliadoras de suas leitoras na sociedade líquida moderna, a fim de “facilitar” as ações dessas mulheres:

Tornam-se cada vez mais numerosos, em revistas, nos jornais e na internet, cadernos, colunas e manchetes que chamam a atenção da mulher/leitora para os cuidados relacionados com a beleza (conquista e manutenção) e com sua saúde. As reportagens, contudo, referem-se não somente à forma corporal da mulher, mas também à sua conduta no mundo contemporâneo, cada vez mais vinculada ao mundo público e aos diversos papéis que elas exercem com vistas a conquistar independência e reconhecimento social (PINTO et al, 2012, p.114).

Dessa forma, há uma socialização e otimização desses comportamentos, que passam a fazer parte do cotidiano dessas leitoras, na medida em que estas se apropriam desses saberes. Porém, o que é veiculado pelas revistas não deveria ser entendido como real, já que as imagens expostas passam por acertos gráficos com o objetivo de atingir um corpo perfeito. Sendo assim:

A cultura midiática tem criado/estabelecido imagens de beleza, muitas vezes ilusórias, nos textos veiculados pela mídia, através do uso de dublês de corpos, de ferramentas que alteram o formato físico (photoshop), disfarçando imperfeições, retocando indivíduos, o que parece não ter importância para os consumidores desses textos [...] (ARAUJO; LEORATTO, 2013, p. 720).

Araujo e Leorattoo observam que os “acertos gráficos” realizados nas imagens não influenciam decisivamente no consumo dos artefatos, que ajudam na construção dos estilos de vida e, conseqüentemente, das identidades. Segundo Bauman (2005), é comum as pessoas, em busca da construção de suas identidades, se verem diante da intimidadora tarefa de atingir o “impossível”, de buscar por um ideal que muitas vezes não pode se concretizar no tempo presente, sendo, então, adiado. Ao desejar um padrão corporal exposto em uma revista, por exemplo, o indivíduo se depara com essa tarefa, já que a imagem do corpo ali apresentada pode não ser a imagem real desse corpo fora da fotografia, devidos às modificações gráficas. A busca pelo ideal de corpo “impresso” não se finda com a impossibilidade de sua concretização em tempo presente.

A identidade não é um estado que depois de ser atingido se torna invariável, ao contrário:

[...] o ‘pertencimento’ e a ‘identidade’ não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o ‘pertencimento’ quanto para a ‘identidade’. Em outras palavras, a idéia de ‘ter uma identidade’ não vai ocorrer às pessoas enquanto o ‘pertencimento’ continuar sendo o seu destino, uma condição sem alternativa (BAUMAN, 2005, p.17).

A identidade, assim como a ideia de pertencer a um grupo, varia conforme as decisões que são tomadas, dessa forma, podem sofrer alterações. Entendemos que as revistas femininas contribuem para essas construções, pois tematizam não só cuidados com o corpo, como também questões sobre comportamentos considerados corretos na sociedade atual. As revistas assumem, dessa forma, o papel de educadoras/formadoras de opinião no que diz respeito a esses conceitos e cuidados, mostrando como o leitor deve se comportar enquanto: “[...] consumidor de produtos, idéias, comportamento, modas [...]” (SIQUEIRA; FARIA, 2007, p.178).

O ato de consumir não é, no entanto, passivo. Ao consumir, o consumidor coloca, em suas escolhas, a sua subjetividade juntamente com possíveis informações recebidas dos meios de comunicação de massa. Logo, é necessário um cuidado para

não se perceber essa relação com o consumo como uma atitude passiva, assim como também não é passivo o posicionamento dos leitores e receptores diante das informações que recebem em seu cotidiano. Segundo Canclini (2010, p.59), é comum associar o ato de consumir: “[...] a gastos inúteis e compulsões irracionais. Esta desqualificação moral e intelectual se apoia em outros lugares-comuns sobre a onipotência dos meios de massa, que incitariam as massas a se lançarem irrefletidamente sobre os bens”.

Dessa forma, paira uma ideia de consumo associada à falta de reflexão, de um agir sem preocupações; consome-se por ser incentivado a tal conduta, e não por uma decisão consciente acerca de tal ato. Para Canclini (2010), o processo de consumo é algo muito mais complexo do que uma simples definição de consumo como um ato irrefletido, pois a relação não se resume a meios manipuladores e dóceis receptores, já que:

Um bom número de estudos sobre comunicação de massa tem mostrado que a hegemonia cultural não se realiza mediante ações verticais, nas quais os dominadores capturariam os receptores: entre uns e outros se reconhecem mediadores, como a família, o bairro e o grupo de trabalho [...] (CANCLINI, 2010, p.60).

Entendendo o consumo como uma relação de apropriação, onde o consumidor não exerce papel de mero reprodutor e/ou receptor passivo da ação de consumir, pensamos que, apesar do papel de conselheira exercido pelas revistas femininas, não podemos afirmar que seus conselhos sejam seguidos à risca ou de forma passiva por suas leitoras, pois estas também não devem ser consideradas simples receptáculos das informações que são apresentadas pela revista. Ao entrar em contato com uma obra, o leitor se torna parte desse processo, já que imprime sua subjetividade nas interpretações sobre o que lhe é exposto. Para Barros:

A recepção é mais do que reinterpretar para os pares mais próximos a forma como uma informação foi apreendida e compreendida, como se deu o processo de apropriação para fins de interpretação e produção de sentidos. Isso agora fica potencializado na medida em que se dá um passo adiante: a partir de uma informação é possível fazer novos discursos e repercuti-los (BARROS, 2011, p.19).

A informação que é transmitida às leitoras pode ser ressignificada, ganhando novas interpretações por parte de quem a recebe, sendo possível, ainda, ser passada adiante após essa reestruturação. Portanto, é válido o cuidado de não entender o leitor como um mero receptor, mas como um indivíduo capaz de criar e recriar o que lhe é apresentado, que é capaz de colocar ou não em prática as dicas e os conselhos



presentes nas revistas, sendo esses passíveis de adequação ao cotidiano de cada indivíduo.

Além disso, devemos ter cuidado com o imaginário de que a informação é dada de forma vertical, onde os interesses mercadológicos são colocados acima dos interesses dos consumidores. As pesquisas de mercado são exemplos de que os desejos dos consumidores são levados em conta, procura-se saber o que “vende” antes de vendê-lo. Em relação às informações passadas pelas revistas, essa característica se mantém, pois há uma atenção às demandas apresentadas pelos leitores. Segundo Sudo e Luz (2007):

[...] revistas semanais brasileiras realizam constantemente matérias de capa abordando temas como: dieta; medo de engordar; estar/entrar em forma; a ciência em prol da saúde e do corpo, indicando, primeiramente, que questões envolvendo, direta ou indiretamente o corpo - e mais precisamente como evitar o corpo gordo - **vendem, encontrando leitores ávidos pelo tema** (SUDO; LUZ, 2007, p.1034, grifo nosso).

O ato de comprar uma revista pode ser entendido como uma postura ativa desse consumidor. Em uma reflexão crítica sobre as teorias da comunicação, Barcelos e Azevedo (2004) consideram que um equívoco cometido por Theodor Adorno, em sua teoria sobre indústria cultural, é justamente o não reconhecimento do consumidor como sujeito participante do processo de comunicação:

Apesar de baseada em uma forte argumentação, a teoria de Adorno peca, por exemplo, por considerar o consumidor um mero objeto, sem vontade própria, dominado pela indústria cultural. Na verdade, as pessoas têm, sim, o poder de decidir se querem ou não determinado produto. Quando veem TV, por exemplo, elas podem mudar de canal ou desligar o aparelho. Isso já é uma escolha individual. Ao acreditar que a mídia manipula a massa, Adorno desconsidera a interação, que é um dos principais requisitos para comunicação existir (BARCELOS; AZEVEDO, 2004, p.7).

Além de entender o receptor como sujeito ativo nesse processo de comunicação, devemos levar em consideração o meio e a cultura em que o indivíduo está inserido. Para Martín-Barbero (2002), em sua teoria das mediações, o receptor, além de não ser um receptáculo, interpreta as mensagens segundo as suas experiências subjetivas. A recepção, para o autor, não é apenas parte do processo de comunicação, mas, sim, um lugar novo, onde ressignificações podem ser feitas.

Esse pensamento do autor, que considera interativo o processo de comunicação, vai de encontro à ideia de que a Indústria Cultural trabalha como ferramenta de controle social, onde no processo de comunicação o emissor é a parte

dominante, enquanto o receptor é o lado passivo e dominado. O autor Martín-Barbero defende que o processo de comunicação não se resume a produtor e a receptor, mas se dá na interação entre as partes e em como são decodificadas as mensagens:

[...] A verdadeira proposta do processo de comunicação e do meio não está nas mensagens, mas nos modos de interação que o próprio meio – como muitos dos aparatos que compramos e que trazem consigo seu manual de uso – transmite ao receptor. Sabemos que o consumidor não somente crê, mas é com base nos modos de uso que esses aparatos são socialmente reconhecidos e comercialmente legitimados (MARTÍN-BARBERO, 2002, p. 57).

O meio social, no qual o indivíduo está inserido e que compõe as significações desse sujeito, vai influenciar na decodificação das mensagens recebidas pelos meios de comunicação. Segundo Dantas (2008), ao analisar a proposta de Martín-Barbero: “[...] o receptor seria, então, bem mais que um mero indivíduo que recebe as mensagens, mas um sujeito do processo de comunicação em que interpreta o conteúdo da mensagem conforme os valores sociais que defende [...]” (2008, p.7).

Para entender o processo de recepção como dinâmico e interativo, Martín-Barbero (2002) destaca três mediações fundamentais: a primeira delas diz respeito à heterogeneidade de temporalidades, que leva em consideração que em uma sociedade existem formações culturais arcaicas, residuais e emergentes. As formações culturais arcaicas: “[...] seriam aquelas que celebram um passado, mas um passado que já não tem a ver com o presente, somente em termos de análise especializada ou em termos de celebração política [...]” (p.44). A formação residual se refere a um passado que ainda vive no presente, é o passado que nos constitui e que não apenas celebramos. Já a formação emergente “[...] é aquela que almeja o futuro, que rompe, que inova e experimenta [...]” (p.44).

A segunda mediação fundamental se refere às novas fragmentações sociais e culturais. O autor faz uma reflexão sobre como as comunicações têm influenciado na reorganização social e cultural da sociedade. A quantidade de informações e a especialização dos meios de comunicação para atender aos mais diversos públicos contribuem para uma fragmentação cultural:

[...] antes quando tínhamos nada mais que dois ou três canais de televisão, até os mais elevados intelectuais do país precisavam se inteirar de que havia muita gente que gostava de melodrama. Agora os intelectuais, os executivos, os *yuppies* veem cada um a sua televisão. Eles não veem mais uma televisão, uma informação em comum. Eles se inscrevem numa informação que lhes diz aquilo que realmente lhe interessa para os seus negócios, seus trabalhos ou suas investigações (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.45).

Essa fragmentação cultural vai influenciar também em uma fragmentação social entre os que ascendem ao poder e tem informação para tomar decisões e a imensa maioria da população. E, em relação a isso, o autor acredita que o poder está cada vez mais relacionado à informação. Para além desse, há outros fatores que também contribuem para a fragmentação cultural e social, como as tecnologias e a reorganização do espaço público e privado.

A última mediação apresentada por Martín-Barbero é a das mediações das demandas sociais. Para o autor, é fundamental escutar as demandas que emanam da sociedade, para exemplificar isso, ele relata sobre as políticas nacionais de comunicação na América Latina, nos anos 70:

[...] essas políticas foram pensadas por ilustrados de muita boa vontade, por investigadores de comunicação, comprometidos politicamente, da vanguarda da crítica social, pessoalmente esplêndidos, entregues às suas causas, mas pensavam que eles e os políticos podiam legislar sobre o que era necessidade do povo, quais eram a televisão e o rádio de que as pessoas precisavam [...] a multiplicidade de atores da sociedade civil não foi levada em conta para nada, por isso as políticas nacionais de comunicação fracassaram (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.53).

Não considerar as necessidades apresentadas pela sociedade traz sérios riscos de fracasso quando o assunto é comunicação. A democratização dos meios deve, então, partir das demandas culturais do povo.

Martín-Barbero (2002) alerta, ainda, para dois equívocos muito comuns, ao se realizar um estudo de recepção. O primeiro deles é considerar o receptor como sendo aquele indivíduo que interpreta as mensagens e faz o que bem entender delas, não levando em consideração o que é transmitido pelo produtor/produto, evidenciado apenas a interpretação do receptor acerca das mensagens que recebe. Quanto a isso, o autor afirma que devemos ter atenção, “[...] porque isso pode nos levar ao idealismo de crer que o leitor faz o que lhe der vontade; mas há limites sociais muito fortes ao poder do consumidor [...]” (2002, p.55). Como vimos na teoria das mediações, as condições sociais e culturais interferem nessa interpretação. Além disso, não pode ser diminuta a importância/qualidade da mensagem que chega ao receptor, pois isso traz limitações de entendimentos, uma vez que, se as informações são deficientes ou de má qualidade, isso implicará em uma interpretação também debilitada.

Outro equívoco comum é não levar em consideração os saberes dos produtores: “[...] cada vez mais especializado, mais profundos [...]” (MARTÍN-

BARBERO, 2002, p.56). Para entendermos a recepção não podemos desconsiderar os produtores, pois:

[...] é impossível desligar um do outro. Há todo um conhecimento e um saber do receptor sem o qual a produção não teria êxito. Portanto, temos que assumir toda essa densidade, essa complexidade da produção, porque boa parte da recepção está de alguma forma não programada, mas condicionada, organizada, tocada, orientada pela produção, tanto em termos econômicos como em termos estéticos, narrativos, semióticos (MARTÍN-BARBERO, 2002, p.56).

Entender o processo de recepção como um processo de interação entre as partes, e não como um sistema etapista, é também tomar cuidado com dois extremos: o primeiro, em que se considera o emissor como detentor do conhecimento em comunicação; e o segundo, que trata o receptor como alguém que faz o que “bem entender” com as mensagens que recebe. Para o autor Martín-Barbero, “[...] o que estamos estudando, com base na recepção, é um modo de interagir não só com as mensagens, mas com a sociedade, com outros atores sociais, e não só com os aparatos [...]” (2002, p.58).

Por entendermos as leitoras da revista WH como participantes ativas desse processo de recepção, assumimos a tarefa de entender como elas interpretam as informações recebidas e quais são suas noções acerca das temáticas abordadas por esse artefato. Antes, porém, de fazermos a análise das entrevistas concedidas para essa pesquisa, apresentaremos uma descrição da revista Women’s Health Brasil, articulando-a com o material teórico apresentado nesse capítulo.

## 2 A revista *Women's Health Brasil*

A caracterização da revista *Women's Health Brasil* partirá, primeiramente, de uma descrição de sua estrutura no que diz respeito à sua veiculação e à sua equipe. Na sequência, ocorre uma descrição da revista com relação ao seu conteúdo impresso: colunas; matérias; público; assuntos abordados. Sempre que possível buscaremos dialogar com outros estudos da área, almejando pensamentos e reflexões sobre o conteúdo encontrado.

Antes da apresentação da revista, vale considerar uma descrição feita pela redatora-chefe da revista, Monica Gailewitch, na coluna “Carta da Editora”, no primeiro exemplar da revista no país, onde descreve a revista e seus objetivos:

*Women's Health* é moderna, alto-astal, divertida, útil. Traz reportagens sobre nutrição, dieta, saúde, fitness, beleza, moda, e comportamento, todas fundamentadas em estudos científicos. Aqui você encontrará soluções simples e eficientes para questões relevantes do universo feminino, que independem de modismos, e poderão ser incorporados ao seu cotidiano, promovendo um grande impacto na sua qualidade de vida – hoje e sempre. Nossa missão: ajudá-la a definir e atingir suas metas sem que haja a necessidade de fazer sacrifícios, mudanças radicais nem ter que abrir mão do prazer. Pra você ficar mais bonita, mais saudável. E muito mais feliz (NOVEMBRO, 2008, p.7).

A *Women's Health Brasil* é uma revista da editora Abril e sua primeira publicação foi em novembro de 2008. Sua circulação é mensal, com edição nacional, sendo comercializada, atualmente, em todo o país no valor de 12 reais por edição. A revista tem circulação líquida de 50.333 exemplares, desse total 31.408 são de assinaturas e 18.925 são de vendas avulsas, e a tiragem mensal é de 73.708 exemplares. Os valores aqui apresentados foram retirados do site da editora abril<sup>6</sup>, e são referentes ao período de fevereiro de 2015. A equipe da *Women's Health Brasil* é composta por uma redatora-chefe, uma editora assistente, uma estagiária, três designers, uma assistente de coordenação administrativa, quatro responsáveis pelo atendimento ao leitor, um revisor, um CTI (supervisor) e alguns colaboradores (que não são fixos e podem mudar conforme a edição). Esse quadro de equipe também sofreu alterações no decorrer do período pesquisado, sendo os dados acima referentes à edição de agosto de 2014.

---

<sup>6</sup> <http://www.publiabril.com.br>, acessado em 25/06/2015.

Segundo material de divulgação da revista<sup>7</sup>, o perfil das leitoras da WH Brasil é de mulheres altamente qualificadas, sendo 85% pertencentes às classes A e B e 69% possuem ensino superior completo ou incompleto. No caso das leitoras participantes dessa pesquisa, todas estão matriculadas em algum curso superior ou já concluíram essa etapa de ensino.

As leitoras ainda são apresentadas por esse material de divulgação como mulheres exigentes que procuram por produtos de alta qualidade e não se preocupam em gastar mais em prol de corpos e mentes saudáveis. Nesse sentido, não percebemos a mesma intenção por parte de nossas participantes, que deixaram claro que, ao escolherem um procedimento estético, adquirir um produto ou alimento, ou qualquer outro cuidado referente à saúde e à alimentação, procuram avaliar a relação de custo benefício, para então decidirem quais práticas adotam.

Às leitoras são também atribuídas as seguintes características: autoconfiantes, bem sucedidas, independentes, que se preocupam com a saúde, alimentam-se de forma saudável, têm uma intensa vida social, praticam atividades físicas e têm em si mesmas a grande fonte de inspiração. Todos esses adjetivos nos levam a pensar no perfil de indivíduo livre e independente financeiramente, um indivíduo responsável por si e por suas escolhas (BAUMAN, 2001). Essa individualidade é uma característica marcante na modernidade líquida:

A apresentação dos membros como indivíduo é a marca registrada da sociedade moderna. Essa apresentação, porém, não foi uma peça de um ato: é uma atividade reencenada diariamente. A sociedade moderna existe em sua atividade incessante de “individualização”, assim como as atividades dos indivíduos consistem na reformulação e renegociação diárias da rede de entrelaçamentos chamada “sociedade”. Nenhum dos dois parceiros fica parado por muito tempo. E assim o significado da “individualização” muda, assumindo novas formas – à medida que os resultados acumulados de sua história passada solapam as regras herdadas, estabelecem novos preceitos comportamentais e fazem surgir novos prêmios no jogo (BAUMAN, 2001, p.39).

A revista WH Brasil se apresenta como uma conselheira para a mulher moderna, ajudando-a a alcançar um perfil feminino desejado, ou pelo menos o padrão que a revista considera como sendo o ideal. O material lançado para apresentar a campanha da WH Brasil em 2014 mostra o posicionamento da revista em relação à sua leitora: “[...] incentiva a visão a longo prazo de uma vida saudável em qualquer idade, sem abrir mão dos prazeres da vida e inspira as leitoras como uma amiga

---

<sup>7</sup> Informações retiradas do site <http://www.publiabril.com.br/marcas/womenshealth> acessado em 28/07/14.

próxima, que tem o mesmo estilo de vida e os mesmos objetivos” (MATERIAL DE DIVULGAÇÃO, 2014).

A revista possui, na maioria dos exemplares analisados, a quantidade média de 100 páginas (observa-se uma não padronização no que diz respeito ao número total de páginas, apresentando algumas edições um número maior de páginas, assim como edições com menor quantidade). Nessas páginas as matérias são divididas nos seguintes blocos temáticos: beleza e estilo; corpo e fitness; dieta e nutrição; saúde; você e sexo. Além das reportagens que aparecem divididas dentre os temas citados acima, encontramos também algumas colunas fixas, as quais são: Flash; Carta à leitora; Consultores; Mais WH! & Cartas; Pergunte ao Vizinho; Pergunte ao amigo gay; A média das mulheres. Essas colunas não seguem uma ordem no que se refere à publicação, ou seja, a ordem sequencial delas altera conforme a edição.

Os anúncios publicitários são presença constante nas páginas da Women's Health Brasil, podendo aparecer como parte das matérias ou em páginas isoladas. Nas páginas presentes entre as reportagens, isto é, que não estão inseridas diretamente dentro de uma matéria, os produtos anunciados são diversos, sendo mais comum a presença de produtos cosméticos e suplementos alimentares.

Apesar de esses produtos não estarem incluídos dentro de uma determinada matéria, quase sempre são anunciados após alguma reportagem com a qual possuem alguma relação, como na edição 66 da revista (ABRIL, 2014, p.20), na coluna “Flash”, em que encontramos uma matéria relacionada aos cuidados com o cabelo e truques de maquiagem, na página seguinte há uma propaganda de demaquilantes (cosmético para remoção de maquiagem da pele). Na edição 70 da revista (AGOSTO, 2014, p.16), há na coluna “Flash” dicas de nutrição, na página seguinte temos uma propaganda de chá, incluindo um sachê de amostra grátis. Em outra publicação da revista (edição 20, JUNHO, 2010, p.36), observamos a matéria “Em foco, em forma” mostrando as dicas de uma modelo sobre como cuidar do corpo, dando exemplos de atividades físicas que a mesma realiza. Na página subsequente, temos a propaganda de um livro publicado pela editora Abril intitulado *Caminhada Já!*.

Geralmente nos deparamos com uma reportagem e logo após encontramos produtos sobre a mesma temática, os quais se apresentam como uma dica, um caminho a seguir. Enquanto na matéria o assunto abordado é a atividade física, com o objetivo de cuidar do corpo; na página seguinte há um livro que nos auxilia, dando dicas sobre a caminhada. Primeiramente, a matéria nos desperta para a relação entre

atividade física e os cuidados com o corpo, e, em seguida, temos uma dica de uma atividade física.

Em algumas edições encontramos até produtos que normalmente não fazem parte dos produtos anunciados pela revista, como na edição 20 (JUNHO, 2010, p.29), onde existe um anúncio de cerveja. Porém, na página 32, essa propaganda se justifica, ao publicar uma matéria intitulada “*Tim – Tim, uma cervejinha, quem diria, faz bem à saúde*”. Esses exemplos são para mostrar a proximidade que a maioria dos anúncios procura manter com as matérias que os antecedem ou sucedem, todavia, nem sempre existe uma relação direta com as reportagens.

Notamos que as edições que marcam o início da publicação da revista no Brasil<sup>8</sup> possuem mais páginas destinadas às propagandas, mas isso vai se modificando de forma gradativa, e nas edições mais recentes da revista existe um número menor de páginas de propagandas. Por exemplo, na edição de novembro de 2008 (primeira publicação da revista no país), de 106 páginas, 29 páginas são destinadas às propagandas. Na edição de março de 2011, esse número cai para 12 páginas, de um total de 98 páginas. Em agosto de 2014, observamos 6 páginas destinadas às propagandas, de um total de 90 páginas.

É mais comum verificarmos propagandas feitas dentro das matérias da revista. Nesse formato, os produtos são apresentados com a finalidade de complementar as informações contidas na reportagem. Na propaganda encontramos valores e, em alguns casos, as lojas nas quais podemos encontrar esses produtos. Na edição 22 (AGOSTO, 2010), existe a seguinte reportagem:

Mesmo que você durma sobre uma fronha recém saída da lavanderia, sua pele vai ficar suja durante à noite. Ao acordar, lave o rosto com um produto suave, como o **Gel de Limpeza Facial, O Boticário**, R\$18,90, tel.0800 413011. ‘É preciso remover as impurezas e as células mortas que resultam da renovação natural da pele’, diz Debora Ormond, membro da sociedade Brasileira de Dermatologia, de Cuiabá (AGOSTO, 2010, p.34, grifo autor).

Em outro exemplo, temos uma reportagem que informa o funcionamento da memória e sugere os cuidados que devem ser tomados com a mesma. No meio da explicação, encontramos a indicação de um livro, como podemos notar a seguir:

O processo até parece simples: o dado é recebido pelo córtex frontal do cérebro, que vai avaliar se ele é importante ou não. ‘Depois desse filtro, ele segue para a região temporal, onde o que é fundamental fica armazenado no

---

<sup>8</sup> A revista Women’s Health é um produto da editora norte americana Rodale, que através de parcerias com outras editoras expandiu essa revista para outros países como: África do sul, Argentina, Austrália, Chile, México. No Brasil essa parceria foi firmada com a editora Abril.



hipocampo' explica Gislaine Gil, neuropsicóloga e autora do livro *Ensinar a Lembrar – Guia Prático para Ajudar a Reconhecer e Melhorar Problemas de Memória* (Editora Casa Leitura Médica, R\$ 54) (JULHO, 2014, p.72).

Na revista são recorrentes matérias que têm como objetivo listar os melhores produtos para um determinado fim, como, por exemplo, uma matéria listando os melhores tênis para uma determinada atividade física ou os produtos para ter um cabelo hidratado ou, ainda, as novidades da maquiagem. Nessas matérias, além de aparecer a indicação dos produtos, há a ilustração dos mesmos com a utilização de fotos. A figura a seguir, retirada da edição 70 (AGOSTO, 2014), exemplifica esse tipo de matéria:



**SUDESTE**  
Essa região sofre grandes variações de temperatura, apresentando duas estações bem marcadas: inverno seco e verão chuvoso. "Quem mora sob esse tipo de clima precisa de uma diversidade de produtos para cuidar da pele", explica a dermatologista Mônica Linhares, do Rio de Janeiro.

**1. Tratamento contra acne**  
Para atacar as crises de verão – por causa da oleosidade excessiva formada na pele –, aplique um gel com 1,5 ou 2% de ácido salicílico na área afetada. "Como o clima é quente e úmido, use o gel antes do filtro solar", diz Mônica. Fuja dos produtos cremosos porque podem criar a acne cosmética.  
**Blemish + Age Defense, SkinCeuticals**, R\$ 211, tel. (11) 4058 7967.

**2. Sérum hidratante com retinol**  
Procure um que contenha o ácido hialurônico na formulação – ou melhor, agentes anti-inflamatórios. Use todas as noites para firmar a pele, prevenir rugas e conferir luminosidade.  
**Liftactiv Serum 10, Vichy**, R\$ 165, tel. 0800 701 1552.

**3. Creme para boca e nariz**  
Independentemente do tipo de pele, é indicado aplicar o hidratante labial para proteger a boca todos os dias. No inverno, o bastão, com manteiga de cacau, também pode ser passado em volta do nariz, evitando dermatites (e inflamações).  
**Cocoa Butter Formula Swivel Stick, Palmer's**, R\$ 30, tel. (14) 3202 8482.

**4. Peeling glicólico**  
"Com mudanças climáticas extremas, o esfoliante glicólico ajuda a manter a pele em equilíbrio", diz Mônica. Se você tem tez sensível ou oleosa, aplique um produto com ácido glicólico duas ou três vezes por semana.  
**NeoStrata Gel Clareador, Melora**, R\$ 120, tel. 0800 8856659.

Figura 1 – Reportagem com propaganda  
Fonte: revista WH Brasil (AGOSTO, 2014, p.24).

O incentivo ao ato de consumir é algo recorrente no discurso da revista, não se limitando ao consumo de produtos cosméticos, mas também ao consumo de novos alimentos, novas sensações e novas oportunidades, como no seguinte exemplo:

Quero mudar de cor. Cansou do carão que olha para você todas as manhãs no espelho? Dá para mudar rapidinho e virar outra mulher. É só colorir a cabeleira. Os modernos produtos disponíveis no mercado acertam o tom no salão e até mesmo em casa. Passe por um extreme makeover sem errar o tom [...] (AGOSTO, 2010, p. 38).

Além dos diversos produtos oferecidos nas edições da revista, é evidente, nas páginas da Women's Health Brasil, a presença do discurso científico, inclusive na hora de indicar esses produtos. Observamos que esse discurso científico está presente,

praticamente, em todas as matérias, independente de qual assunto é abordado. Para isso, a revista conta com um grupo de especialistas que assinam as matérias. Dentro desse grupo, encontramos profissionais das diversas áreas de atuação, como médicos, fisiologistas, nutricionistas, personal trainers, psicólogos, entre outros. Veremos na descrição das colunas fixas, nas páginas seguintes, que esse quadro de especialistas muda conforme a edição. Porém, em toda edição, existe, na coluna “Consultores WH”, os profissionais que auxiliaram na elaboração das reportagens.

Destacamos, ainda, que um outro fator que reforça a presença da ciência na revista são os resultados de pesquisas que, corriqueiramente, aparecem nas matérias ou em alguma coluna fixa. Para ilustrar melhor essa característica, torna-se válido trazer recortes da revista, como segue abaixo:

**A larica antes de dormir.** Ouvir o pedaço de pizza chamando é um clássico descarrilamento de dieta. Quase um quinto dos momentos ‘não aguentei e comi’ registrados durante o estudo aconteceu à noite. Uma pesquisa publicada no periódico americano *Obesity* ajuda a explicar o porquê: há evidências de que nosso relógio biológico é programado para ansiar por alimentos açucarados, salgados e ricos em amido a partir das 20 horas (AGOSTO de 2014, p.44, grifo do autor).

Seja por meio dos resultados de pesquisas, ou por meio de um discurso de um especialista, a revista quase nunca abre mão de colocar o saber científico como base das informações passadas ao longo de suas edições, pretendendo transmitir mais confiança ao leitor. Tal característica pode ser observada desde os primeiros exemplares até os mais atuais.

Cabe ressaltar que essas informações sempre têm como finalidade alcançar a esfera da vida privada, caracterizando-se como dicas e conselhos para ajudar as leitoras na hora de realizarem suas escolhas, sempre levando em consideração a boa forma corporal e um estilo de vida saudável.

## 2.1 As Colunas

A “Carta à leitora”, inicialmente chamada de “Carta da Editora”, é um espaço da revista escrito pela redatora-chefe, onde encontramos um resumo do que aparecerá no decorrer da revista, sendo citadas, principalmente, as matérias da capa.

Na carta escrita pela redatora, encontramos um texto otimista e incentivador, que ganha forma a partir de traços e declarações pessoais da editora, sendo esta uma

maneira de aproximar quem escreve de quem lê, reforçando a relação de amizade que a revista pretende estabelecer com suas leitoras, como podemos perceber no trecho da edição do mês de março de 2013, escrito pela redatora chefe Giuliana Cury:

Outro dia, durante o almoço, ouvi uma amiga contar, com ar de resignação, a maratona que era seu dia. Academia logo cedo, trabalho, aula de inglês na hora do almoço e MBA à noite. ‘Quando chega em casa só tem ânimo pra se jogar na cama, né?’ perguntei. Que nada. A saga continua com preparação do jantar, jeito na casa e nas roupas. ‘Quer arrumar namorado como?’, emendei. Foi quando ela disse que é por isso que reserva duas noites na semana para sair com as amigas. Não desistiu de encontrar O Cara. [...] Eu por exemplo, moro em um município próximo a São Paulo. Assim como milhares de outras pessoas, vou e volto para minha cidade, Santo André, todos os dias, enfrentando congestionamentos gigantescos. [...] Ou seja, cada um sabe qual é o próprio limite – e vai aprendendo a se relacionar com ele. Capitalizar o tempo é a melhor forma de conseguir lidar com as tarefas sem deixar que o stress inerente a esse processo acabe com a saúde – física e mental. É por isso que uma das maiores preocupações da WH é trazer reportagens que ajudem a simplificar e melhorar sua vida, seja mostrando um treino eficiente para fazer onde e quando quiser, como o **Projeto Barriga Enxuta (pág.33)**, seja dando receitas gostosas, práticas e rápidas mesmo se for para fazer uma refeição sozinha (veja em **Jantar para Uma, pág.39**). Nesta edição, trazemos, ainda, a já tradicional lista de compras da mulher moderna – e saudável. Um grupo de experts selecionou os 103 melhores alimentos prontos. Eles vão facilitar sua rotina alimentar sem que seja preciso abrir mão da saúde. Assim sobra mais tempo para você decidir de que forma usá-lo – que pode ser, inclusive, para não fazer nada. Porque o seu limite é você quem dá, não se esqueça (MARÇO, 2013, p.8, grifo autor).

A coluna “Carta à leitora” reforça a ideia da revista como uma conselheira, auxiliando nas questões presentes no cotidiano da mulher moderna.

Nas primeiras páginas da revista, deparamo-nos com uma coluna intitulada “Flash”, que traz, em curtas matérias, dicas e curiosidades sobre assuntos referentes à beleza, saúde, dieta, sexo, fitness e nutrição, os quais são abordados separadamente, e nem sempre todos aparecem em uma mesma edição. As matérias lançadas nessa coluna, independente de qual viés seguem, são sempre resultados de alguma pesquisa, sendo esta feita em laboratórios e institutos ou por meio de pesquisa de opinião, como apresentado a seguir:

**Beba e emagreça-** Mais um motivo para não se desgrudar das garrafinhas de água durante o treino: de acordo com Antonio Herbert Junior, professor de nutrição da Universidade de São Paulo, **a hidratação pode ser uma grande aliada para turbinar seus resultados na academia e limar quilos**. ‘A quebra da gordura no organismo é feita por um processo chamado hidrólise, que significa quebra pela água’, explica o especialista. ‘Ao negligenciar o consumo de líquidos, a quebra de gordura corporal fica abaixo de seu potencial.’ Já esvaziou o seu squeeze hoje? (MAIO, 2013, p.18, grifo autor).

Percebemos, nesse pequeno fragmento, a preocupação com o emagrecimento, observando o desejo pelo corpo magro, que é o padrão de corpo

apresentado pela revista. Esse ideal de corpo está presente tanto nas matérias que mostram meios para se obter esse corpo, como no padrão de beleza das modelos que estampam as páginas da revista. Há uma preocupação em manter a boa forma corporal, utilizando-se de atividades físicas e alimentação saudável, para que, por meio desses cuidados, o corpo fique longe dos riscos que assombram a boa forma corporal, entre eles podemos destacar o risco de abrigar a grande vilã da boa forma: a gordura.

O “Pergunte ao vizinho” é um quadro da revista onde as leitoras perguntam ao “vizinho” sobre o universo masculino. Essas perguntas são respondidas pelo colunista André Guimarães, que em seu discurso demonstra falar sem rodeios o que, com sua experiência e ponto de vista masculino, pensa sobre os casos expostos. Estes variam desde dúvidas relacionadas a como se comportar perto de um homem até sobre o que as mulheres devem fazer nos momentos mais íntimos de um casal para agradar seus parceiros. As questões se configuram da seguinte forma:

**Um cara do trabalho terminou com a namorada por minha causa. Ficamos três semanas e depois ele voltou com ela. Fiquei sem entender o que aconteceu.** (Gabriela)

Conflitos entre razão e emoção são comuns. Os homens também são complicados e tomam atitudes impulsivas. É preciso coragem para desfazer um relacionamento, com tudo o que isso implica, e começar outro. Bancamos os destemidos, mas nos apavoramos quando perdemos o controle. Ou não houve química entre vocês. Ao idealizar alguém, podemos nos decepcionar quando o platônico vira realidade (MARÇO, 2014 p.16, grifo autor).

Outra coluna, semelhante à coluna anterior, é a “Pergunte ao amigo gay” que também é mais uma coluna de perguntas e respostas, na qual as mulheres podem tratar de forma mais direta e sincera sobre assuntos do cotidiano e até dúvidas de comportamento. Essa coluna surgiu, pela primeira vez na revista, na sua segunda edição, em dezembro de 2008, sendo as perguntas feitas ao colunista Thiago Lucas. No primeiro semestre de 2009, esse colunista foi substituído por Tato Ricco, que, por sua vez, foi substituído por Tony Goes (publicitário, colunista, blogueiro e roteirista) no segundo semestre de 2009 e que permanece atualmente na coluna.

Na coluna “Pergunte ao amigo gay”, as perguntas são respondidas de forma objetiva e com uma escrita que transcreve o linguajar cotidiano, dando um tom irônico e cômico à coluna, com respostas bem diretas. Os assuntos abordados são os mais diversos, variando de dicas comportamentais a situações corriqueiras do dia a dia, como podemos ver no trecho abaixo:

**Sou casada há dois anos, mas minha sogra não aceita a união. Disse que, quando eu for mãe, também não vou querer que meu filho se case. Absurdo! Discutimos essa questão em reuniões de família, todos os parentes dão pitaco, mas ninguém sugere uma solução eficaz. Meu marido até propôs pagar uma terapia à mãe. Como tentar ser aceita por ela? (L.S, por e-mail)**

Você não tem um problema; sua sogra, sim. Dessa forma, não é você que tem que ser aceita por ela, mas exatamente o contrário. O mais incrível é que a família dá trela para esse delírio: ninguém precisa dar pitaco ou propor uma solução eficaz, porque a única solução possível é sua sogra encarar a realidade. O filho dela cresceu, tem sua própria vida e faz suas próprias escolhas – aliás, como ela mesma também fez. Experimentem dar um gelo nessa megera e parar de convidá-la para festinhas para ver se ela não deixa de pensar bobagem (MARÇO, 2013, p.97, grifo do autor).

Na coluna “Consultores WH”, os leitores encontram os especialistas que participaram das demais colunas encontradas na Women’s Health Brasil. A ideia é respaldar o discurso presente na revista, atribuindo-lhe um caráter científico e especializado. Dessa forma, as matérias ganham mais credibilidade, saindo da classificação de senso comum. Entre os consultores, podemos encontrar médicos (cardiologista, clínico geral, dermatologista, endocrinologista, ginecologista, oncologista e medicina esportiva), fisioterapeutas, fisiologistas, *personal trainers*, nutricionistas, psicólogos, psiquiatras e sexólogos.

Percebemos como o saber dos especialistas assume um papel importante para dar respaldo às informações e exaltar a importância das mesmas. O saber científico visa, portanto, legitimar o discurso da revista, reforçando seu poder de conselheira.

Os discursos desses profissionais, encontrados no desenrolar das páginas, possuem a preocupação em desenvolver a matéria com base na racionalidade médica, mas a percepção que temos quando nos deparamos com alguns desses discursos é que o enfoque estético e, conseqüentemente, o de bem estar se sobressaem. Notamos, então, que, como afirma Lovisolo (2006), o estético é evidenciado mesmo quando o objetivo declarado é o da saúde.

Essa característica também é observada em outros estudos sobre discursos de revistas femininas. Teo (2010), ao analisar as 12 capas da revista “Boa Forma”, do ano de 2007, e a coluna “Garota da capa”, destaca, dentre outros aspectos, a associação da boa forma à beleza física. Segundo Teo (2010, p.344): “[...] nesse cenário, o conceito de boa forma está, portanto, vinculado, muito mais à beleza física, segundo os padrões estéticos atuais, do que propriamente à saúde conquistada com alimentação e prática de atividade física”.

O discurso que aborda a beleza como sinônimo de saúde pode ser encontrado em vários momentos da revista, abaixo destacamos um trecho onde é possível fazer essa observação. O recorte foi retirado de uma matéria intitulada “Peso líquido”, que dá dicas de alimentação e dieta, escrita pela editora assistente Gislene Pereira:

A explicação para você não conseguir entrar num jeans 38 pode estar no que você bebe. De acordo com uma pesquisa da Universidade de Purdue, em Indiana, nos EUA, temos mais facilidade em determinar o valor calórico de um alimento quando ele tem forma sólida. Além disso, ao mastigar algo – uma fruta, por exemplo –, nos sentimos mentalmente mais satisfeitos do que ao ingerir um suco feito dela. Moral da história: as bebidas que acompanham ou substituem suas refeições podem estar sabotando sua dieta. Veja quando é melhor comer – ou beber – para manter o ponteiro da balança no lugar certo (DEZEMBRO, 2012, p.43).

O apelo ao estético, então, é, na maioria dos casos, o que motiva a busca pela saúde. Primeiramente, a escolha se refere a se tornar bela, e, como consequência, tornar-se também saudável. Afinal, a associação entre saúde, beleza e juventude é o que sustenta a busca por esse padrão. Por conta dessa relação: “[...] um cabelo bonito é um cabelo saudável [...]” (LOVISOLO, 2006, p.159).

Considerando as ideias de Bauman (2001), no que se refere à saúde, percebemos que a saúde na WH Brasil está ligada à ideia de gerenciamento dos riscos, como na chamada da matéria a seguir:

Ter vários parceiros, deixar a camisinha mofar na bolsa, beber até cair na balada...os números de casos de doenças venéreas comprovam: as mulheres se arriscam cada vez mais na cama, eis como uma noite de sexo casual - ou com seu parceiro de sempre – pode alterar sua vida (JUNHO, 2010, p.73).

A matéria acima chama atenção para o risco de não se prevenir corretamente, podendo, por conta disso, contrair algum tipo de doença venérea. Essa ideia de prevenção dos riscos é corriqueira nas reportagens que abordam a temática da saúde. Na seguinte citação, vemos a orientação do uso de medicamento com o objetivo de se prevenir futuras doenças:

Atualmente, pelo menos 20% das mulheres com mais de 55 anos tomam um comprimido de aspirina, o ácido acetilsalicílico, diariamente para evitar doenças cardíacas. Agora, estudos revelam que ela pode trazer benefícios também para as mais jovens. **A lista inclui prevenção de diversos tipos de câncer, diminuição dos riscos de doenças relacionadas à perda de memória e, em doses baixas, também foi relacionada à gravidez saudável** (MAIO, 2014, p.44, grifo nosso).

A ideia de saúde não é apenas associada à prevenção dos riscos, mas, também, à manutenção da boa forma. No trecho a seguir, vemos como a gordura

pode ser prejudicial à saúde, por aumentar os riscos de determinadas doenças e, além disso, ameaçar a boa forma corporal:

Maior risco de infarto, derrame, diabetes, hipertensão, problemas articulares... A lista de males provocados pela obesidade está crescendo tanto que um dia alguém poderá ter a ideia de colocar na embalagem de uma barra de chocolate um alerta semelhante ao dos maços de cigarro: 'O Ministério da Saúde adverte: gordura faz mal à saúde'. É por isso que ela não sai da sua cabeça... e da sua barriguinha, do queixo duplo, do pneuzinho na cintura, das coxas grossas, das dobrinhas nas costas, da panturrilha arredondada, dos braços que seriam reprovados no 'teste do tchau' (ABRIL, 2009, p.80).

Com isso, percebemos que o discurso da prevenção de doenças é associado ao da boa forma corporal, evidenciando que o perigo que a gordura traz para o corpo não é apenas ligado às doenças, mas também coloca em risco a boa forma física, aumentando, com isso, os motivos para os indivíduos quererem se manter longe dos riscos – seja pela saúde; seja pelo apelo à boa forma.

A coluna “Mais WH & Cartas” é um espaço onde são publicados os resultados das enquetes realizadas no site da revista e em sua página na rede social do *Facebook*. As enquetes sempre se relacionam com alguma matéria da revista. Esse espaço também é destinado à publicação dos trechos de cartas, recados no *Facebook* ou *Twitter* enviados pelas leitoras.

Por meio da coluna “Mais WH & Cartas”, as leitoras podem estabelecer um retorno referente ao conteúdo de edições anteriores da revista e, ainda, expor suas motivações, desejos e pedidos de matérias para as próximas edições. Segue abaixo, o resultado de uma dessas enquetes, intitulada “A tentação das prateleiras”:

**Perguntamos às nossas seguidoras do Facebook a qual alimento industrializado é mais difícil resistir no supermercado...**50% se seguraram pra não levar bolos, chocolates, geleias...21% ficam mais tentadas com pães e cereais...24% testam sua força de vontade para evitar cookies e biscoitos...5% respiram fundo para não comprar lasanhas e risotos. Agora a boa notícia: nem todas essas delícias precisam ser evitadas. Em **103 Produtos com Lugar Cativo na Sua Lista de Compras** (pág. 64), elencamos as melhores opções de alimentos prontos para você colocar no carrinho sem culpa (MARÇO, 2013, P.12, grifo do autor).

Nessa coluna também encontramos a opinião, sugestão, dicas e elogios por parte das leitoras e leitores para a equipe da edição da revista. A revista procura mostrar essa relação de troca, dando visibilidade para a resposta da leitora com relação ao conteúdo encontrado nas edições, o que fica claro na carta de uma leitora:

Desde o início do ano, adoto um novo estilo de vida. Procuro me alimentar da forma mais saudável possível, pratico exercícios regularmente e estou sempre me portando de forma positiva. Também comecei a ler a *Women's*

Health, que tem sido fundamental pra me manter focada e motivada. A revista é ótima, pois nela a saúde vem em primeiro lugar, e não o padrão de beleza. WH é realmente voltada para a mulher (ABRIL, 2009, p.9).

A partir desse recorte é interessante observar o destaque que o discurso presente na revista dá à facilidade de se seguir um estilo de vida saudável, reforçando a ideia de que o estilo de vida que cada um tem é apenas uma questão de escolha, de optar em ser daquela maneira. A preocupação exposta na carta da leitora deixa claro, também, o papel dos conselheiros na orientação e na propagação de uma vida saudável.

Vale ressaltar que as opiniões das leitoras são, geralmente, representadas por pequenos fragmentos e poucas palavras. Nas edições utilizadas para essa pesquisa, esses fragmentos consistem em elogios que ajudam a reforçar o papel da revista como conselheira de suas leitoras.

Na coluna “Atitude WH”, observamos dicas de como se comportar e o que fazer diante de algumas situações embaraçosas. Em algumas edições, encontramos matérias para reflexão sobre comportamento e autoestima. Essa coluna caracteriza-se por ser um guia rápido, não passando de uma página, com dicas e sugestões. Em alguns casos, o texto ganha um tom imperativo, dando uma impressão de que as dicas foram transformadas em ordens de conduta, como vemos abaixo,

Não espere 2013 chegar para...1. TERMINAR DE LER O LIVRO QUE ESTA NO SEU CRIADO-MUDO JUNTANDO POEIRA. 2. DANÇAR NA CHUVA. 3. MANDAR O CURRÍCULO PARA O EMPREGO QUE FAZ SEUS OLHOS BRILHAREM. [...] 10. COLOCAR UM PONTO FINAL NUMA RELAÇÃO AMOROSA FALIDA. 11. OU DAR UMA SEGUNDA CHANCE A UM VERDADEIRO AMOR. 12. GOSTAR DO SEU CORPO – e aprender a valorizá-lo. [...] 28. PERCEBER QUE FUMAR SAIU DE MODA. Há décadas. 29. FAZER UM CURSO DE AUTOMAQUIAGEM. E praticar toda vez que sair. [...] 39. EXCLUIR DO SEU FACEBOOK – OU PELO MENOS OCULTAR OS POSTS – as pessoas que só sabem reclamar da vida, falar de futebol ou da novela das 9. 40. DAR O PRIMEIRO PASSO PARA SEU NOVO PROJETO DE VIDA (DEZEMBRO, 2012, p.92, grifo do autor).

A “Média das mulheres” é uma coluna pouco extensa, que traz vários dados percentuais sobre diversos assuntos, e apresenta perguntas curtas com respostas objetivas. Aparentemente, essas respostas são retiradas de algum questionário de múltipla escolha, aparecendo na matéria o percentual das respostas mais votadas. Os assuntos abordados são os mais variados (comportamentos, fitness, dieta e assuntos do dia a dia) e é abordada apenas uma temática por edição.



Diante dessa caracterização do conteúdo da revista, identificamos a postura de conselheira que a revista exerce, assim como o papel de “amiga próxima” de suas leitoras. Essas características são evidenciadas nas colunas de perguntas e respostas, onde as leitoras conseguem expor seus problemas e dificuldades da vida cotidiana, em busca de uma resposta direcionada às suas necessidades privadas.

Como veremos no capítulo III, essa postura de conselheira exercida pela revista aparece na fala das leitoras dessa pesquisa, que, em sua maioria, não a consideram um guia, um manual em prol de um estilo de vida saudável, mas deixam claro que as dicas da revista auxiliam nesse processo.

Para além da descrição realizada para apresentar as colunas fixas da revista, cabe ainda a descrição do corpo na WH Brasil, tanto no que diz respeito ao padrão corporal das modelos que ilustram as matérias, como no padrão corporal que a revista procura incentivar às suas leitoras. Os cuidados que se deve ter com o corpo e o estilo de vida proposto também são importantes para a interpretação do conteúdo dessa revista.

O padrão corporal proposto pela revista WH Brasil é de um corpo magro, com musculatura bem definida, porém, com baixo volume de massa muscular. Dificilmente encontramos modelos negras ilustrando as matérias, no geral, as modelos têm a pele clara. Os cuidados com o corpo apresentados pela revista, como atividade física, planilhas de treinos e as dicas de alimentação, favorecem a construção do padrão corporal apresentado pela revista. Na figura abaixo podemos visualizar o corpo promovido pela WH Brasil,



Figura 2 – O padrão de corpo na revista WH Brasil.  
Fonte: mdemulher.abril.com.br (site)

As atividades físicas, a alimentação e o uso de produtos cosméticos são, dentre os cuidados que a revista apresenta, os mais propagados para se atingir o padrão corporal apresentado pela revista. Nestes exemplos vemos como esses cuidados aparecem:

Pão amigo, a versão integral do pão é mais saudável e tem menos calorias do que a feita com farinha branca, mas, se você quer realmente emagrecer, escolha o pão de centeio. Pesquisadores suecos descobriram que oito horas depois de ingerir esse tipo de massa, as pessoas sentiram menos fome do que as que optaram pelo integral. Tudo graças à alta concentração de fibras (JULHO, 2014, p.20).

No exemplo acima, a alimentação não é apenas saudável, pois, além disso, tem como finalidade manter o corpo longe do risco de engordar, possibilitando, assim, um corpo saudável e magro.

Para manter o corpo magro, o esforço não para na alimentação, pois as atividades físicas vêm corroborar para esse objetivo: “15 minutos de treino. Esculpa um corpo de nocautear. Descubra um novo jeito para acelerar o metabolismo, queimar gordura e ganhar massa muscular rapidinho!” (MAIO, 2014, p.28). Essa reportagem traz um treino de exercícios de nível avançado, baseado no treinamento de atletas

que participam do UFC<sup>9</sup>, evidenciando, mais uma vez, o padrão de corpo magro e definido que a revista propõe.

No exemplo a seguir, novamente a gordura aparece como um fator de preocupação para a boa forma do corpo:

**Espelho, espelho meu.** Um estudo inglês com 2 mil mulheres descobriu que, anualmente, elas se preocupam com a aparência durante 627 horas e 28 minutos, ou seja, mais de um mês inteirinho. Muito desse tempo é passado apenas pensando no que vestir ou reparando como a roupa esta durante o dia. Entretanto, o maior pesadelo das entrevistadas está no sobrepeso. **Em uma semana, as participantes da pesquisa revelaram gastar uma hora e 46 minutos se questionando sobre as calorias extras** (FEVEREIRO, 2014, p.16, grifo do autor).

A gordura como inimiga do corpo do consumidor (BAUMAN, 2001) aparece, com muita frequência, no discurso da revista como um mal a ser combatido e eliminado. Para isso, as leitoras contam com a ajuda advinda dos conselhos da revista para alcançar a boa forma.

Os cosméticos também contribuem para a manutenção do corpo saudável e livre dos excessos de gordura:

Os homens até levam o crédito de maiores fãs do bumbum feminino, mas quem sonha mesmo com um derriêrê durinho e livre da celulite somos nós. Para conseguir deixar o seu assim, vale pegar pesado na academia e usar produtos específicos para a região. **1/ Pure Minceur Cellulite Persistente, Mary Cohr, R\$ 293, tel. 0800 100062.** Promete minimizar a aparência da celulite persistente, além de drenar o acúmulo de água e toxinas dos tecidos. **2/ Soro Concentrado Anticelulite No Complex, Givenchy, R\$ 232, tel. 0800 170506.** O gel remodela e firma o bumbum, graças a ativos que estimulam a lipólise (quebra de gordura), inibem a lipogênese (acúmulo de gordura) e melhoram a sustentação da pele. [...] **4/ Nivea Hidratante Firmador Q10plus, R\$ 9,90, tel. 0800 7764832.** Com o dobro de coenzima Q10, elemento ligado a elasticidade e firmeza que, apesar de ser encontrado naturalmente na pele, tem sua produção diminuída por causa do stress e dos raios solares (AGOSTO, 2010, p.22, grifo do autor).

Os diversos tratamentos que são apresentados pela revista com o objetivo de modelar, manipular e, conseqüentemente, melhorar o corpo fazem com que entendamos o corpo como um território onde é possível estabelecer mudanças, bastando seguir os conselhos da melhor forma possível para se chegar ao padrão corporal ideal.

Nessa mesma matéria é possível observar que os produtos apresentados pela revista pretendem atender às necessidades de suas leitoras, uma vez que oferecem produtos de valores diferenciados, sendo possíveis de serem consumidos pelos

---

<sup>9</sup> Ultimate fighting championship, ou mais conhecido por sua sigla UFC, é um torneio de artes marciais mistas, em que se utiliza golpes das diversas artes marciais existentes.

diversos públicos, transmitindo mais uma vez a responsabilidade para o indivíduo. Pois, se há produtos de variados valores, não há desculpa para não consumi-los, percebemos, com isso, uma tentativa de facilitar o acesso (LOVISOLO, 2006) ao padrão corporal proposto.

A revista propõe um estilo de vida saudável e suas dicas e aconselhamentos colaboram para esse objetivo, porque alertam sobre os possíveis perigos que determinadas ações podem oferecer, principalmente no que diz respeito à saúde. Verificamos, porém, que é comum esse discurso se misturar com o do embelezamento do corpo, ficando o discurso da saúde, muitas vezes, como consequência desse embelezamento.

A saúde, que é um tema muito abordado pela revista, na maioria das vezes vem associada à beleza. Além dessa associação é comum encontrarmos um apelo ao estético que antecede a preocupação com a saúde, como podemos visualizar neste trecho retirado de uma matéria sobre o problema de retenção de líquidos:

Não se sinta como uma boneca inflável, inchada e estufada. Elimine o excesso de líquidos e toxinas que não lhe pertence e volte a exibir um corpo sequinho. Aquela calça que sempre ficou perfeita de repente não cabe mais? E, pior, a dieta continua a mesma, mas o ponteiro da balança subiu e a barriga está inchada? Humm...o seu problema pode ser retenção de líquidos, e as causas são muitas. 'Cerca de 50 a 60% do peso corporal é composto de água. Qualquer variação nesse número faz a pessoa se sentir inchada', diz o endocrinologista Daniel Lerario, do Hospital Albert Einstein, em São Paulo. Fique de olho para saber se o mistério está apenas no que você ingere ou se é a sua saúde que corre perigo (SETEMBRO, 2010, p. 69).

O corpo é entendido pela revista como um corpo capaz de ser melhorado sempre, não importando em qual estado de boa forma se encontre, ficando então à disposição das práticas de melhoramento de si, que passam pelos cuidados com a alimentação, atividade física e do incentivo ao consumo. As modelos exibem, além de seus corpos magros e idealizados, expressões que transmitem felicidade e autoconfiança para o observador.

Para complementar a descrição da revista, na sequência faremos uma análise das capas dessa publicação, com o objetivo de compreender quais temáticas e padrões corporais são evidenciados nessas capas.

## **2.2 A capa: do visual ao conteúdo implícito**

Além das colunas fixas, que foram descritas acima, deparamo-nos com outro item que merece uma análise: a capa. Ela é uma espécie de cartão de visitas, o convite para abrir a revista. Nela, podemos ter uma prévia do que há no decorrer das páginas da revista, além de compreendermos a mensagem principal que cada edição tem a passar. Além disso, também percebemos pelas capas o ideal de corpo feminino que a Women's Health Brasil defende por meio das modelos que as ilustram.

Inicialmente, as capas da WH Brasil eram em tons de preto e branco, seu nome aparecia destacado em cores vibrantes, cores estas presentes em algumas matérias de destaque. A modelo da capa também acompanhava os tons preto e branco. Porém, esse padrão se manteve até o mês de março, do ano de 2011. No mês seguinte, a capa já perde a sua tonalidade preta e branca para ganhar um colorido, mantendo apenas o fundo branco. A figura abaixo ilustra essa mudança:



Figura 3 – A capa – do preto e branco ao colorido  
Fonte: capas WH Brasil, março, 2011, e abril, 2011 (respectivamente).

As modelos que estampam a capa da revista oferecem um determinado padrão corporal<sup>10</sup>, e em nenhuma das edições apresentou-se uma modelo negra na capa. Essas modelos apresentam sempre corpos magros, com abdomens definidos, sendo estes muito evidenciados nas fotos e nas matérias de destaque, aparecendo totalmente descobertos, ou, ao menos, parte deles.

<sup>10</sup> As modelos da capa, além de magras, são mulheres que tem tons de pele que vão do claro ao bronzeado; traços 'finos'; e cabelos que vão do liso ao ondulado.

O abdômen, por sinal, é uma parte do corpo muito destacada, se não a mais evidenciada. É comum encontrarmos planilhas de exercícios para “esculpir” a silhueta, como podemos perceber nos seguintes recortes retirados das matérias das capas: *“Barriga chapada e sexy, sem abdominais!”* (DEZEMBRO, 2008); *“programa de 4 semanas, Barriga sarada! Os melhores exercícios para enxugar excessos e definir o abdômen”* (JUNHO, 2009); *“Barriga enxuta de vez! Exercícios funcionais que dão um gás no seu metabolismo e secam o abdômen”* (OUTUBRO, 2010); *“Barriga seca já! Cardápio Enxuga-Gordura, 4 Exercícios para Trincar, 4 Ações Antipneus”* (MARÇO, 2013).

O que as chamadas das matérias acima têm em comum é o desejo de acabar com a gordura localizada no abdômen, independente de quem seja, porém quando nos deparamos com a matéria e o cuidado proposto nela, o que encontramos não é bem isso, já que a maioria das atividades propostas é de difícil realização, sendo considerados exercícios de grande dificuldade, exigindo um grau de treinamento e um bom condicionamento para que uma mulher consiga realizá-los.

Nas edições mais recentes da revista, as planilhas de exercícios ganharam uma classificação que indica o grau de dificuldade do exercício e para quem foi pensada a planilha, sendo classificadas em nível iniciante; nível intermediário; nível avançado. De qualquer forma, seja de maneira mais acessível, mesmo aos menos preparados fisicamente, seja para os mais aptos, o que a revista transmite é, mais uma vez, o ideal de corpo feminino delgado e o estilo de vida saudável, baseado em atividades físicas.

Na coluna “Mais WH & Cartas” é comum observarmos correspondências das leitoras fazendo algum tipo de comentário sobre a capa. Dentre o material analisado, encontramos a opinião de uma leitora referente à capa da revista, como podemos verificar a seguir:

Gosto das capas da Women’s Health, porque as meninas têm o mesmo corpo que muitas leitoras têm ou querem ter. Acho que a revista opta por rostos desconhecidos como sinal de que qualquer uma de nós poderia ser a escolhida. Sinto que a foto é em preto e branco é para apagar a modelo de alguma forma e dizer: “Ei! A mais importante aqui é você e não a mulher da capa (JULHO, 2009, p.12).

Esse trecho nos mostra uma leitora que se sente pertencente ou possível de pertencer ao padrão de corpo idealizado pela revista. Dentre todas as edições, dentro do período dessa pesquisa, apenas a edição do mês de junho de 2011 tem na capa

uma leitora cujo padrão corporal segue os mesmos das modelos que costumam estampar a capa. Nas demais edições, todas as mulheres que aparecem nas capas são modelos profissionais de grandes agências, mesmo não sendo conhecidas do grande público. Através do comentário da leitora, podemos observar os mecanismos utilizados por esse tipo de mídia para criar o padrão de beleza de corpos magros e com músculos bem definidos, que figuram como sendo a aparência física desejada pela maioria das leitoras.

O simples fato de a revista utilizar modelos que não possuem rostos tão conhecidos pela mídia de massa, apesar de serem modelos bem sucedidas profissionalmente, causa essa falsa sensação de possibilidade de conseguir o mesmo resultado apresentado. Segundo Bauman:

[...] a autoridade da pessoa que compartilha a sua história de vida, pode fazer com que os espectadores observem o exemplo com atenção e aumenta os índices de audiência. Mas a falta de autoridade de quem conta a sua vida, o fato de ela não ser uma celebridade, sua anonimidade, pode fazer com que o exemplo seja mais fácil de seguir e assim ter um potencial adicional próprio [...] (BAUMAN, 2001, p.80).

O trecho acima descreve e representa bem a impressão da leitora em relação ao material que encontra na revista – uma sensação de inclusão. Mais uma vez percebemos como é forte a ideia que é passada acerca da beleza atingível, decorrente de ações individuais. Em outro trecho, também retirado da seção “Cartas”, da edição 24 (OUTUBRO, 2010, p.12), encontramos o depoimento de outra leitora que reforça essa ideia: *“fico muito feliz de WH não publicar mulheres famosas na capa. Espero que vocês continuem assim, com reportagens esclarecedoras e de conteúdo”*.

Com nossas entrevistadas essa sensação de proximidade, proporcionado por um rosto não famoso, também aparece na fala da Leitora C, ao comentar sobre as modelos que estampam as capas da WH Brasil:

É ela não é famosa, eu acho que a mensagem é: qualquer pessoa pode conseguir. Porque colocando uma mulher famosa entra muito no plano do utópico: ah ela só consegue porque ela ganha não sei quantos mil reais e gasta não sei quanto com isso, ela tem personal, ela faz massagem, ela fez cirurgia plástica, e botando uma mulher anônima cria uma certa aproximação com a leitora (LEITORA C).

Porém, na edição 65<sup>11</sup> (MARÇO, 2014), a capa da revista foi a modelo fitness Bella Falconi, que é uma personalidade que aparece com frequência na mídia de

<sup>11</sup> Dentre as edições que correspondem ao período estudado (novembro de 2008 a agosto de 2014), essa é a segunda vez que aparece uma personalidade conhecida da mídia de massa. O outro caso foi

massa, principalmente quando o assunto está relacionado ao fitness. Mesmo colocando uma pessoa um pouco mais “popularizada”, a revista não perde o perfil corporal que promove, pelo contrário, reforça-o. Na edição seguinte, podemos verificar, na coluna “Mais WH & Cartas”, as opiniões das leitoras referentes à capa da edição anterior. Todos os trechos publicados pela revista fazem uma menção positiva à capa do mês de março: *“Parabéns para Bella Falconi! Ela é simplesmente maravilhosa!”* (MARIA FLÁVIA); *“Que mulher é essa! Melhor Women’s Health ever.”* (@LARIMARSOLA); *“Uma inspiração para todas nós! Não só de corpo bonito, mas também de força, vontade e determinação. Já faz um tempo que ela merece essa capa.”* (@SHAYMARQUES).



Figura 4 – Bella Falconi  
Fonte: WH Brasil (março, 2014).

Percebemos, por meio dos trechos apresentados anteriormente, que, apesar de muitas leitoras gostarem do fato de não haver mulheres conhecidas da mídia de massa na capa, não foi mostrada pela revista nenhuma reação contrária por parte das leitoras quando essa característica da revista foi quebrada; pelo contrário, a revista procurou evidenciar a satisfação da leitora quanto a isso.

Cabe aqui uma relação com Bauman (2001), pois segundo ele, as pessoas que procuram se orientar com base em um conselheiro, querem mais do que conselhos, querem exemplos do que deve ser feito. Na situação apresentada, a modelo fitness da capa veio como o exemplo de personalidade que se deve seguir, pois, além do

---

em julho de 2012, que teve como capa a jogadora de vôlei Jaqueline, da seleção brasileira. Além da capa, a edição trouxe uma reportagem sobre como conseguir um abdômen igual ao da jogadora.



modelo de corpo exposto na capa, as leitoras puderam contar com uma matéria sobre a modelo, em que esta fala sobre suas motivações, de como era sua vida antes de adotar o fitness como estilo de vida e os exercícios que realiza para ficar com aquele corpo, ou seja, um exemplo completo de um comportamento considerado, pela revista, como saudável. Tudo isso acompanhado de um discurso que deixa claro que atingir tal objetivo é possível. Só depende de a pessoa seguir corretamente as indicações.

Uma característica que podemos perceber dessa socialização da beleza presente na revista é o discurso do “faça você mesmo”, “você pode”, “você é responsável por você”. Na capa é possível verificar tais observações, pois é comum esse discurso nas matérias da revista, sendo este, muitas vezes, acompanhado de uma escrita imperativa. A revista se coloca como um manual, com receitas de sucesso acerca dos mais diversos assuntos.

Colocar em prática corretamente as dicas presentes nas edições, porém, não é de responsabilidade da revista, pois, uma vez que esta deu as dicas, a responsabilidade de segui-las corretamente é de quem lê. Seguem os trechos que exemplificam isso: “Os segredos para ficar **magra para sempre**” (DEZEMBRO, 2008, grifo do autor); “Você mais saudável, magra e sexy! **Comece agora!**” (MAIO, 2009, grifo do autor); “**Checkup de beleza**. Sua pele incrível como você nunca viu! Os produtos que você quer ter” (JUNHO, 2009, grifo do autor); “Como se reinventar e dar uma **guinada na sua vida**” (SETEMBRO, 2009, grifo do autor); “**Autoconfiança já!** Aposte em você e tenha sucesso no trabalho, no sexo e na vida!” (MARÇO, 2010, grifo do autor); “**20 alimentos superpoderosos** para você ficar mais jovem, inteligente e saudável” (JUNHO, 2011, grifo do autor); “**Cabelos e make cheio de luz**, você vai brilhar!” (DEZEMBRO, 2012, grifo do autor); “**Corra baby**, treino de 4 meses para encarar uma meia maratona” (MARÇO, 2013, grifo do autor).

Em todos esses recortes, percebemos a responsabilização da mulher. Essa ideia é reforçada, principalmente, com o tipo de abordagem desenvolvida nas matérias e colunas, não ficando restrita apenas às chamadas da capa.

Ao entender a boa forma corporal como algo que pode sempre ser melhorado, a busca por esse melhoramento não cessa, levando o consumidor a consumir todas as possibilidades disponíveis para o aperfeiçoamento do corpo. Podemos perceber já na capa que a revista corrobora essa ideia quando utiliza como subtítulo a expressão: “WH: Você, só que melhor”.

O melhoramento de si é essencial em uma sociedade onde se expor é fundamental, pois não é aconselhável ficar “invisível”. As pessoas querem ser vistas, desejadas e cobiçadas. Ser famoso nada mais é do que atingir o patamar de uma mercadoria vendável:

[...] Nesses sonhos, ‘ser famoso’ não significa nada mais (mas também nada menos!) do que aparecer nas primeiras páginas de milhares de revistas e em milhões de telas, ser visto, notado, comentado e, portanto, presumivelmente *desejado* por muitos – assim como sapatos, saias ou acessórios exibidos nas revistas luxuosas e nas telas de TV, e por isso vistos, notados, comentados, desejados [...] (BAUMAN, 2008, p.21, grifo do autor).

Por isso, é preciso estar sempre pronta para as possíveis aparições. Mais especificamente, o corpo feminino tem sido cada vez mais exposto, as vestimentas diminuíram de tamanho. Ficar seminua não é mais motivo de vergonha ou discriminação, passou a fazer parte do perfil da mulher livre e moderna. Quanto mais se mostra o corpo feminino, mais exigências recaem sobre o mesmo, e novos cuidados são adotados para a exposição de partes do corpo até então censuradas pelo olhar público. Segundo Sant’Anna:

As fotografias publicitárias não deixam de mostrar partes do corpo cada vez mais íntimas, devidamente depiladas, tratadas, embelezadas. A vontade de ser mulher livre rima com o dever de ser fotogênica para os outros e para si mesma, em todas as circunstâncias (SANT’ANNA, 2005, p.66).

Na revista Women’s Health Brasil, podemos visualizar essa afirmação nas seguintes imagens:



Figura 5 – A exposição do corpo na WH Brasil.  
 Fonte: mdemulher.abril.com.br (site)

Porém, o preço que se paga pelas decisões que são individuais é de total responsabilidade do sujeito. Portanto, o indivíduo é responsabilizado pelos seus atos e decisões acerca de seu corpo (BAUMAN, 2001). Essa ideia também está presente no trabalho de Sant'Anna (2005):

Em nossos dias, existem várias indicações que demonstram o quanto usufruímos maior liberdade do que no passado para tratar do corpo, modificá-lo e expô-lo. Mas talvez estejamos mais solitários do que antes diante das responsabilidades que tal liberdade exige e, ainda, amplamente expostos aos holofotes da exigência de ser fotogênico. Encontramos companheiros para conversar a respeito de saúde, centenas de produtos de beleza e de espaços para expor nossas intimidades e confirmar que o corpo é a principal marca identitária (SANT'ANNA, 2005, p.68).

Nessa busca para se encaixar nos padrões, as mulheres contam com os mais diversos meios e tecnologias, que variam entre dietas, cremes e produtos cosméticos. Dependendo de como é realizado o procedimento, tal prática pode inclusive colocar a vida de quem faz em risco, como, por exemplo, submeter-se a uma dieta sem o devido acompanhamento médico. Na revista, porém, apesar de sempre encontrarmos conselhos referentes aos diversos riscos à saúde e à boa forma, não encontramos matérias se referindo a esse tipo de risco. As matérias relacionadas à alimentação estão mais ligadas ao que deve ou não ser ingerido do que com o objetivo de

conscientizar sobre os perigos que determinados cuidados com o corpo podem trazer para quem os pratica.

As impressões e percepções acerca do conteúdo exposto na revista WH Brasil, juntamente com o referencial teórico apresentado no capítulo I, serão a base para fazermos a interpretação do capítulo seguinte, onde apresentaremos as leitoras que participaram dessa pesquisa, e suas considerações sobre estilo de vida saudável, corpo e saúde, mostrando como a relação com a leitura da revista participa da construção dessas noções.

### **3 Os cuidados em busca de um corpo belo, jovem e saudável**

Antes de analisarmos quais cuidados são colocados em prática por nossas entrevistadas, vamos conhecer um pouco mais quem são essas leitoras, o que fazem, que motivos levam-nas a ler a revista, quais temáticas despertam maior interesse, entre outras informações que consideramos relevantes para entender melhor as noções de saúde, corpo e estilo de vida saudável, que serão apresentadas e desenvolvidas mais à frente.

Após essa apresentação, baseando-se nas respostas de nossas entrevistadas, veremos que a alimentação e a atividade física são os cuidados que mais interessam às nossas leitoras. Sendo assim, no subcapítulo “A alimentação e a atividade física aliadas no combate à gordura em prol da boa forma”, apresentaremos como esses cuidados são colocados em prática no cotidiano das entrevistadas. Além disso, vamos mostrar a noção de saúde e também o padrão de corpo almejado, ressaltando como os cuidados com a alimentação e atividade física contribuem para alcançar esse padrão.

No último tópico desse capítulo, intitulado “Contenha-se! E tenha um estilo de vida saudável”, trabalharemos as noções de estilo de vida saudável apresentadas por nossas entrevistadas, nesse item, o controle dos excessos aparece como um fator importante. E abordaremos, também, como as leitoras se relacionam com a revista, e como as dicas e os conselhos colaboram para que tenham uma vida mais saudável.

#### **3.1 As leitoras WH Brasil**

Como dito anteriormente, as leitoras que participaram dessa pesquisa não terão seus nomes mencionados por questões éticas, mas falaremos um pouco sobre as entrevistadas, para melhor caracterizá-las.

A Leitora A. é solteira, tem 24 anos, é professora de Educação Física e tem a prática do futebol como a sua principal atividade física. Residente no município de Vila Velha, inicialmente mostrou-se bem tímida, porém no decorrer da entrevista foi sentindo-se mais à vontade para falar sobre os assuntos levantados.

A Leitora B é residente no município de Vitória, solteira, tem 20 anos, é estudante de Educação Física, ex-atleta de ginástica rítmica e, atualmente, praticante

de ballet e ginástica geral. Desde o início da entrevista, sentiu-se bem à vontade em falar sobre as temáticas abordadas.

Com 26 anos, a Leitora C, que é jornalista e pós-graduada nessa área, reside no município de Vitória, onde mora sozinha. Durante a entrevista, demonstrou muita tranquilidade, ao discorrer acerca das noções de saúde, corpo, estilo de vida saudável, não demonstrando dúvidas em relação a esses assuntos. Apesar de estar um pouco tímida no início da entrevista, logo foi se sentindo mais à vontade para falar.

Acadêmica do curso de Educação Física e residente no município de Vila Velha, a Leitora D, que é solteira e tem 23 anos, mostrou-se reticente durante a maior parte da entrevista. De poucas palavras, expressou sua opinião de forma objetiva e direta.

A Leitora E, casada e mãe, tem 32 anos, cursa Educação Física e reside no município de Vitória. Desde o início da entrevista demonstrou muito tranquilidade, ao expor suas opiniões, também deixou claro que a sua visão de corpo, saúde e estilo de vida saudável mudou após seu ingresso na graduação.

Por último, apresentamos a Leitora F, também casada e mãe, residente no município de Serra e acadêmica do curso de Educação Física. Apresenta um perfil comunicativo, expressando tranquilamente suas opiniões.

No quadro abaixo podemos visualizar melhor as informações apresentadas sobre as leitoras:

As leitoras						
	Idade	Escolaridade	Profissão/ ocupação	Município em que reside	Renda individual declarada	Estado civil
Leitora A	24	Superior completo	Professora de Educação Física	Vila Velha	1.448,00 a 2.896,00 reais	Solteira
Leitora B	20	Superior incompleto	Estudante	Vitória	Não declarou	Solteira
Leitora C	26	Pós-graduação	Jornalista	Vitória	Acima de 4.344,00 reais	Solteira
Leitora D	23	Superior incompleto	Estudante	Vila Velha	724 reais	Solteira
Leitora E	32	Superior incompleto	Estudante	Vitória	724 reais	Casada
Leitora F	28	Superior incompleto	Estudante	Serra	1.448,00 a 2.896,00 reais	Casada

Figura 6 – As leitoras  
Fonte: arquivo pessoal

Com a finalidade de entender o motivo pelo qual as nossas entrevistadas leem a revista, iniciamos a entrevista perguntando-as sobre essa questão. Das seis entrevistadas, três (leitoras C, F e E) responderam que compram a revista sempre que veem alguma matéria interessante na capa, seja esta relacionada à dieta, às planilhas de corridas ou à atividade física em geral. Já a Leitora A acredita que a leitura dessa revista auxilia no exercício de sua profissão como professora de Educação Física. A Leitora B começou a ler a revista nas salas de espera de consultórios médicos, e o que chama atenção para sua leitura são as dicas de comportamentos saudáveis, além das matérias sobre atividade física e saúde. Por último, a Leitora D, que conheceu a revista devido a uma promoção de assinatura que lhe foi oferecida, faz a leitura por achar as dicas sobre comportamentos saudáveis interessantes.

Quando perguntadas sobre quais temáticas chamam mais atenção, apareceram as seguintes opções: fitness (atividade física), saúde (dicas de comportamento saudável), alimentação (dietas), tratamentos estéticos. Abaixo segue um quadro evidenciando as temáticas apresentadas pelas leitoras:

<b>PRINCIPAIS TEMÁTICAS</b>				
	<b>Fitness (atividade física)</b>	<b>Saúde (dicas de comportamento saudável)</b>	<b>Alimentação (dietas)</b>	<b>Tratamentos estéticos</b>
<b>Leitora A</b>				
<b>Leitora B</b>				
<b>Leitora C</b>				
<b>Leitora D</b>				
<b>Leitora E</b>				
<b>Leitora F</b>				

Figura 7 – Principais temáticas  
Fonte: arquivo pessoal

Com base na informação acima, podemos visualizar que a temática relacionada ao fitness é citada por todas as seis leitoras. Na sequência, temos a temática sobre alimentação (dietas), que é mencionada por cinco leitoras, a terceira temática mais destacada diz respeito à saúde (dicas de comportamento saudável), sendo citada por três leitoras, e, por último, a temática referente aos tratamentos estéticos, que foi mencionada por uma leitora. Vale lembrar que as temáticas aqui apresentadas foram referidas livremente pelas leitoras, não fazendo parte de opções pré-selecionadas.

A partir da frequência com que as temáticas apareceram, podemos constatar que a preocupação de forma mais direta com a saúde não aparece como prioridade na fala das leitoras, corroborando com a ideia de Lovisolo (2006), de que na busca pelo modelo JUBESA, a saúde não vem em primeiro lugar, sendo mais interessante ser bonito e jovem do que saudável. Mesmo com um forte discurso que associa atividades físicas e beleza à saúde, observamos que a saúde não é o que mais interessa nossas entrevistadas ao lerem a revista.

Depois de levantadas as informações em relação às temáticas que mais atraem a atenção das entrevistadas, perguntamos quais dessas temáticas são efetivamente colocadas em prática no cotidiano delas. Segue a tabela abaixo com base nas informações que recebemos.

<b>DICAS QUE SÃO COLOCADAS EM PRÁTICA</b>				
	<b>Fitness (atividade física)</b>	<b>Saúde (dicas de comportamento saudável)</b>	<b>Alimentação (dietas)</b>	<b>Tratamentos estéticos</b>
<b>Leitora A</b>				
<b>Leitora B</b>				
<b>Leitora C</b>				
<b>Leitora D</b>				
<b>Leitora E</b>				
<b>Leitora F</b>				

Figura 8 – Dicas que são colocadas em prática.  
Fonte: Arquivo pessoal.

Podemos observar, segundo as informações apresentadas nessa segunda tabela, que mesmo as leitoras demonstrando interesse por algumas temáticas, isso não garante que o aconselhamento seja colocado em prática, como, por exemplo, a Leitora F, que, apesar de se interessar pela temática fitness, não coloca o que lê em prática em seu cotidiano. Outro exemplo que podemos ressaltar é o caso das leitoras A e D, que demonstram interesse pelas reportagens que tematizam a saúde, porém não aplicam no dia a dia o que lhes é apresentado. Fica evidente que os cuidados com a atividade física e a alimentação se sobressaem em relação aos demais. Não obstante essa constatação, é mais importante entendermos como esses cuidados são colocados em prática no cotidiano dessas leitoras, como veremos no tópico a seguir.



### **3.2 A alimentação e a atividade física aliadas no combate à gordura em prol da boa forma**

Na busca por um modelo de corpo jovem, belo e saudável, a alimentação e as atividades físicas entram como importantes parceiras na construção e/ou manutenção desse corpo desejado. Esses cuidados vêm acompanhados da noção de corpo belo, que, muitas vezes, acaba sendo confundida com a percepção de um corpo saudável. O ato de se alimentar, dependendo da maneira como é realizado, pode se tornar um risco para o corpo, dessa forma é comum a preocupação em relação ao que se ingere a fim de manter um corpo belo e saudável. As leitoras que participaram dessa pesquisa demonstraram preocupação e admitiram terem cuidados com a alimentação, por julgarem que se alimentar de maneira saudável, evitando alimentos gordurosos, auxilia na manutenção desse padrão corporal.

De modo similar, a atividade física aparece na resposta das leitoras de forma recorrente e ocupando um papel importante para se ter um corpo saudável e bonito, pois é considerada um método eficiente para eliminar a gordura que se instala no corpo do indivíduo devido a má alimentação e/ou ainda aos excessos em relação à comida.

Logo, a atividade física e a alimentação são consideradas cuidados fundamentais no combate a mais temida inimiga da boa forma: a gordura. Quando perguntadas sobre os principais cuidados que são tomados para se manter o corpo ideal, a menção à atividade física e à alimentação saudável apareceu nas respostas de todas as entrevistadas, sempre com o objetivo de se manter longe desse corpo o excesso de gordura.

Dentre as atividades físicas citadas pelas leitoras, a musculação foi a mais mencionada, sendo referida pelas leitoras C, D e F. As demais atividades foram citadas apenas uma vez, as quais são pedalar, jogar futebol, judô, ballet, ginástica, corrida e pilates.

Exceto a Leitora F, todas as outras dizem colocar em prática informações passadas pela revista sobre atividades físicas. As leitoras A, B e D declaram já terem colocado em prática planilhas de treinos, nem sempre seguindo na íntegra o que é orientado, sendo às vezes necessário realizar algumas adequações. A Leitora A diz, ainda, utilizar os conhecimentos em sua profissão, readaptando os exercícios: “[...]”

tento adaptar para exercício, como eu trabalho com hidro, tento adaptar para piscina exercícios que dá para serem usados, pego a mesma musculatura [...]”.

As leitoras C e E afirmam já terem colocado em prática as planilhas de corrida que a revista costuma oferecer. Ambas leitoras explicam que gostam dessas planilhas pelo fato de serem bem explicadas, seguindo um cronograma do que deve ser feito em cada dia, e também porque há um aumento gradativo do esforço empregado. Por questões pessoais, nem sempre as planilhas podem ser seguidas como apresentadas pela revista, então as leitoras buscam readaptá-las às suas necessidades.

Além dessas atividades, há um cuidado com a alimentação. Percebemos pelas falas das leitoras que alimentos gordurosos, produtos industrializados, doces e tudo mais que represente um risco de ganho de peso são evitados ao máximo possível, como podemos ver nas respostas da Leitora E sobre cuidados com a alimentação:

Eu tenho a preocupação, a preocupação eu tenho, mas nem sempre eu consigo manter isso como determinação, como disciplina, mas algumas coisas eu acho que são básicas, né. Então algumas coisas eu mantenho sim, cuidados com a alimentação: condimentos, conservantes, refrigerantes, sucos de caixinha. Acho que a única coisa em que eu pego é no açúcar, é o doce, mas fora isso eu tento manter mais regrado (LEITORA E).

Ao ser perguntada sobre quais cuidados são adotados em relação à manutenção de um corpo saudável, a Leitora B novamente reforça a importância da alimentação:

Não. Eu não como, eu não me alimento assim, por exemplo, viver de lanche. Eu não gosto dessas coisas, mas como direitinho [...] nada de, por exemplo, fazer dieta: só como batata... só como frango. Nunca fiz isso. A minha forma física eu procuro manter através das atividades que eu faço, sempre pratico ginástica, ballet. Agora voltar mais para a alimentação para mim é algo difícil, que ‘pra’ eu conseguir só mesmo se eu fosse obesa (LEITORA B).

Apesar da Leitora B reconhecer a importância da alimentação na busca pela boa forma, não a coloca como principal preocupação quando a questão é cuidar do corpo. Porém, deixa claro que evita determinados tipos de alimentos, apesar de não pôr em prática a realização de dietas, para auxiliar nesse processo de construção de um corpo saudável. Ou seja, mesmo que a alimentação não seja um dos principais cuidados que ela tem para manter a boa forma corporal, a mesma não é ignorada completamente.

Na fala seguinte, podemos perceber que outra leitora deixa claro que toma cuidados com a alimentação, com o objetivo de manter a forma física:

Tenho há muitos anos, e também por isso que eu leio muito essa e até outras revistas, porque desde pequena eu sempre tive que me manter ativa e fazer

atividade física e comer bem para não engordar, porque eu tenho muita tendência a engordar, então se eu me descuido um pouco. Então eu sempre procuro, eu vou à nutricionista, eu já paguei pessoal, então (LEITORA C).

Além da preocupação com a alimentação, há também a busca por uma orientação profissional mais específica, além de novamente aparecer a prática da atividade física como parte significativa do processo de manutenção da boa forma corporal.

Na fala da Leitora D, observamos a mesma preocupação em relação à alimentação e aos riscos de engordar, ao ser perguntada se tinha cuidados com a alimentação: “Sim [...] Não engordar, comer de três em três horas pequenas porções e alimentos mais voltados para frutas e verduras e legumes [...] pouco ou nada industrializado”. Ainda sobre alimentação, essa leitora disse evitar também, alimentos que tenham passado por processo de fritura.

As leitoras A, C, D e E também afirmam terem mudado hábitos alimentares ou inserido um novo alimento em suas refeições, com base nas informações apresentadas pela revista. Como podemos observar na fala da Leitora D, “[...] por exemplo, se antes eu comia uma maçã ao meio-dia, agora se eles falam, se uma nutricionista fala que é interessante comer antes do treino, aí eu passo a seguir [...]”.

Essa preocupação com a alimentação é algo peculiar de pessoas que estão em busca da boa forma. O que antes era sinônimo de prazer, além de ser algo fundamental e vital, torna-se agora um perigo para o corpo, deixando, assim, de ser algo prazeroso e passando a ser motivo de culpa e risco para o indivíduo. Em um estudo sobre mulheres fisiculturistas, realizado por Estevão (2005), podemos observar o quanto o processo de alimentação é levado a sério quando o objetivo é o modelamento do corpo, a gordura não é apenas eliminada do corpo, mas também dos alimentos que penetram esse corpo:

Alimentar-se, comer estão repletos de significados. A alimentação não reflete somente a satisfação de uma necessidade fisiológica, idêntica em todos os homens, mas também revela a diversidade de culturas e tudo àquilo que contribui para modelar a identidade de cada povo. Desde 1960, passamos a conviver com apelos que preconizam a magreza enquanto padrão de beleza a ser atingido ao mesmo tempo em que há ofertas tentadoras de comidas diversificadas. Junto com o mercado *light* e *diet*, não desaparecem os outros alimentos. Há dietas e receitas variadas (divulgadas diariamente em programas televisivos sobre culinária ou publicados em livros e fascículos de receitas disponíveis em livrarias e bancas de jornal e revistas) que dispensam atenção com a saúde e o controle das calorias. Porém, está cada vez mais extinta a possibilidade de alimentos e receitas serem saboreados sem que haja a preocupação com a saúde e a estética corporal (ESTEVÃO, 2005, p.140).

O discurso de combate à gordura não ecoa apenas no mundo dos praticantes de fisiculturismo, mas, também, repercute por onde quer que tenham pessoas em busca de uma boa forma corporal. Podemos observar essa preocupação na fala das nossas entrevistadas, onde mesmo as que demonstraram menor preocupação com os cuidados corporais dão voz ao coro na luta por menos gordura. Controlar o peso torna-se um exercício árduo e diário, em que os sacrifícios são recompensados ao se subir na balança e perceber que emagreceu, porém a satisfação não parece se realizar plenamente, sendo sempre necessário buscar novas e novas metas, como podemos ver a seguir:

Eu tenho um filho de dois anos, e após a minha gravidez, na verdade antes de engravidar, eu estava fazendo tratamento hormonal e acabei engordando. Engordei durante a gravidez e após não estava conseguindo descer, então, de setembro do ano passado para cá eu venho fazendo dieta, mesmo. E emagreci vinte e cinco quilos nesse período, para tentar chegar... assim, eu já não tenho a pretensão de tentar chegar a grandes coisas, mas, assim, pelo menos à ideia de ter um corpo no lugar, para ficar confortável com ele (LEITORA F).

A boa forma se torna o pódio de chegada da corrida dos consumidores, porém esse pódio é variável e não fixo, tornando esse ideal cada vez mais difícil de ser alcançado. A ideia de mundo cambiante, onde as novidades surgem a todo o momento, está presente também na busca pela boa forma. No caminho dos indivíduos que seguem por esse trajeto, vários são os artefatos oferecidos com a finalidade de facilitar esse processo. Na fala da leitora acima, verificamos certo desânimo de chegar ao padrão corporal almejado, mas mesmo assim a busca pelo melhoramento de si não é deixada de lado.

A insatisfação com o corpo é o que impulsiona os indivíduos a ansiarem sempre por um melhoramento de si. Isso alimenta a vida líquida (BAUMAN, 2009), por manter a característica da liquidez, pois, dessa forma, os indivíduos passam a ter como principal fonte de preocupação questões individuais. O sentimento de insatisfação afasta o indivíduo do pódio de chegada, fazendo com que passe a consumir e buscar por novas experiências e sensações, na tentativa de atingir a tão almejada e plena satisfação consigo mesmo.

O resultado dessa corrida é ambivalente, pois a busca por um melhoramento de si é também o que desperta o sentimento de precariedade consigo mesmo, já que a sensação de objetivo não concluído é um sentimento corriqueiro aos “corredores”.

No caso de nossas entrevistadas, apesar de todos os cuidados que são realizados ou tomados em prol da boa forma, perceberemos, no próximo subtópico, que elas não demonstram satisfação plena com seus corpos, sempre fazendo colocações acerca do que ainda pode ser melhorado ou das insatisfações que possuem.

O cuidado com a alimentação e a relação desta com a gordura já havia ficado evidente em outros trabalhos. Para Castiel (2014, p.1530), “A questão atual relativa ao medo de engordar chama a atenção para as dimensões morais do problema, assim como faz a perspectiva da ansiedade excessiva diante do risco e da demanda pelo perspectivo autocontrole da ingesta [...]”. Há um controle sobre a alimentação motivado pelo medo de engordar. Castiel amplia essa questão, ao trazer também o julgamento moral que se faz sobre o corpo obeso, que reforça, por sua vez, os cuidados com a alimentação, visto que esta, se feita de maneira inadequada, agrega gordura ao corpo.

Durante a entrevista com a Leitora E, em um dos momentos em que fugimos às perguntas do roteiro, a obesidade aparece relacionada ao descuido do indivíduo, como podemos observar a seguir:

Ontem eu vi em uma pesquisa, que noventa por cento dos obesos **é por indisciplina**, vamos colocar assim. Não era bem essa palavra que estava lá na pesquisa, mas, e dez por cento são problemas hormonais. Então, eu acho que hoje, vivendo uma época onde quarenta por cento da população brasileira está acima do peso, quarenta e sete por cento das crianças estão obesas e o número de obeso aumenta a cada dia, eu acho que as pessoas olham e veem que “tá” difícil realmente chegar àquele padrão [...] (LEITORA E, grifo nosso).

Com base em uma pesquisa, que a leitora teve acesso, esta acredita que uma pessoa obesa, ao ver o padrão de corpo presente na revista, considerará que ter aquele corpo seja um objetivo difícil de ser alcançado, assim como também menciona a relação de obesidade com descuido, ou seja, como sendo de responsabilidade do indivíduo. O interessante nessa fala é perceber que aparece o motivo: descuido – o qual implica na responsabilização do indivíduo por seu corpo.

Outros cuidados também são mencionados quando o assunto abordado é a busca pelo corpo belo, entretanto aparecem de forma mais moderada. São reconhecidos como cuidados, mas nem sempre são colocados em prática por conta de alguns fatores, como o custo/benefício e o sentimento de medo de se expor a determinadas tecnologias. Dentre esses cuidados, apareceram cirurgias plásticas, tratamentos estéticos e meditação. Além de cuidados que ainda não são colocados

em prática, alguns, que já fazem parte da rotina das leitoras, reaparecem juntamente com o desejo de que fossem praticados de forma mais intensa ou, ainda, em maior quantidade. Apenas a Leitora D afirmou não sentir vontade de fazer nada além do que já faz para cuidar do corpo.

Quando falamos desses cuidados, não podemos nos esquecer de que eles geram algum tipo de custo financeiro, portanto, nem sempre são acessíveis a todas as mulheres que desejam usufruir deles. Vimos, anteriormente, que as revistas exercem certa influência no que as leitoras consomem, quando estas seguem as informações transmitidas. Para Pereira (2013), na sociedade atual:

[...] É privilegiado um estilo de vida em que alimentos calóricos são cambiados em prol de alimentos menos calóricos, provocando o surgimento de um mercado paralelo que produz a quem pode pagar pela diferenciação. Legumes, frutas e verduras são produzidos sem agrotóxicos, e uma infinidade de produtos, fabricados com baixas taxas de calorias. Porém, a diferenciação tem um preço, e só pode usufruir de uma alimentação “melhor”, quem pode pagar por ela (PEREIRA, 2013, p.107).

Pensando nesses gastos, perguntamos às entrevistadas o quanto gastavam mensalmente com os cuidados com o corpo. Entre esses cuidados, além de custos com alimentação específica – ou seja, alimentos que façam parte das dietas ou qualquer outro que seja ingerido pensando na manutenção da boa forma – foram levados em consideração gastos com atividades físicas, cosméticos em geral (pele e cabelos), procedimentos estéticos, entre outros. Os custos com essas despesas variaram entre 50 reais até 500 reais, dependendo da leitora. A Leitora A gasta entre 300 a 400 reais mensais; a Leitora B despende entre 100 a 150 reais; a Leitora C consome 200 reais; a Leitora D gasta 50 reais; a Leitora E despende 400 reais; a Leitora F gasta 500 reais. Na fala da Leitora E, podemos observar a quais cuidados esses valores correspondem:

Hoje sendo estudante universitária, tudo muda [risos]. Não, mas antes, antes de entrar no curso, eu tinha um personal, tinha um gasto com personal, uma dieta mais regrada, suplementação, então era um gasto maior. Hoje o meu tempo não permite mais isso, então eu tenho um gasto de academia, eu tenho um gasto de suplementação básica que eu tomo, mas é, nem sei, é suplementação porque acaba sendo uma vitamina e a drenagem que eu não abri mão. Tem que calcular o valor, né? [...] É, nossa! Uns quatrocentos reais, vamos colocar (LEITORA E).

Analisar esses valores sem ter uma referência quanto à base de rendimentos, pode deixá-los fora de contexto. Nessa questão, tivemos um pouco de dificuldade, pois, além do questionário respondido pelas leitoras apresentar um valor pré-definido,

caracterizado por um intervalo entre os valores, há, ainda, o caso de uma leitora que não respondeu a essa questão. Apesar dessas lacunas, apresentaremos abaixo os valores declarados pelas leitoras acerca da renda individual e, também, os custos relacionados aos gastos mensais:

	<b>Custos mensais</b>	<b>Renda individual mensal</b>	<b>% (referente a renda individual)</b>	<b>Renda familiar mensal</b>
<b>Leitora A</b>	300 a 400 reais	1.448,00 a 2.896,00 reais	≈ 16	Acima de 4.344,00
<b>Leitora B</b>	100 a 150 reais	não declarada	-	Acima de 4.344,00
<b>Leitora C</b>	200 reais	acima de 4.344,00 reais	≈ 4,6	Acima de 4.344,00
<b>Leitora D</b>	50 reais	724,00 reais	6,9	Acima de 4.344,00
<b>Leitora E</b>	400 reais	724,00 reais	55	Acima de 4.344,00
<b>Leitora F</b>	500 reais	1.448,00 a 2.896,00 reais	≈ 23	Acima de 4.344,00

Figura 9 – Relação entre custos e renda mensal  
Fonte: arquivo pessoal

Quando existia intervalo entre os valores, somamo-los e dividimos por dois, sendo que isso aconteceu tanto aos valores de custos, quanto aos de renda individual mensal. Com isso, observamos que os custos com os cuidados corporais estão presentes no orçamento mensal de nossas entrevistadas, o que destaca a importância desses cuidados no cotidiano delas.

Os cuidados que se tem com o corpo desprendem não apenas esforço físico, mas, também, custos financeiros. Acreditamos que essa dedicação seja reforçada pelo discurso da revista, como podemos perceber nos seguintes trechos das entrevistas: “[...] inclusive uma vez eles abordaram a dieta da zona, eu comprei o livro referente ao autor dessa dieta, e aí eu comecei a pesquisar e comecei a fazer [...]” (LEITORA E); “[...] teve uma época em que era de ração humana, sei lá, e eu comprei, geralmente eu compro algumas coisas assim [...]” (LEITORA C); “[...] tratamento de estrias, por exemplo, eu vi matérias na revista que me fizeram procurar o tratamento por pesquisas dentro dela [...]” (LEITORA F).

Vale lembrar que a revista não é a única fonte de informação dessas leitoras, uma vez que estas apresentam, apesar da influência, uma postura ativa sobre o que a revista oferece, afirmamos isso quando ressaltamos que as mesmas readaptam as informações ao seu cotidiano, não só quanto à alimentação, mas, também, em relação às atividades físicas e aos demais cuidados que lhe são oferecidos. Elas também

averiguam a relação de custo benefício desses cuidados, colocando em prática apenas o que consideram satisfatório.

Pensando nesses cuidados e na preocupação com o excesso de gordura, veremos nas próximas páginas como essas leitoras idealizam o corpo e como pretendem alcançá-lo.

### 3.2.1 O corpo

“Meu corpo é um jardim, a minha vontade o seu jardineiro”.

William Shakespeare

Ao analisarmos o corpo apresentado pela Women’s Health Brasil, deparamo-nos com um corpo capaz de ser moldado e melhorado, um corpo passível de alterações a fim de atender às demandas do cotidiano, além de ser um corpo apto para as mais diversas experiências que o indivíduo possa experimentar.

Vimos anteriormente que vários são os cuidados que o indivíduo tem para manter o corpo em boa forma, reafirmando, assim, a ideia de corpo como algo passível de modificações. Essas alterações, porém, podem trazer riscos ao corpo, portanto, o que é feito para um aprimoramento do mesmo não é garantia de que, de fato, esse melhoramento se concretize, gerando, com isso, o sentimento de insegurança. Além disso, a quantidade de procedimentos, que podem ser realizados em prol do corpo, faz com que o sentimento de insatisfação seja alimentado, pois, por mais que se faça, sempre há a possibilidade de se fazer mais. Sempre haverá um degrau a subir na escada dos consumidores. Novos desejos surgem à medida que novos produtos são ofertados, e estes são ofertados constantemente.

Essa insatisfação é recorrente na fala das entrevistadas, que mesmo adotando vários cuidados em relação ao corpo, não demonstram estar totalmente satisfeitas com o mesmo.

Quando perguntadas sobre qual o padrão de corpo predominante na revista, as entrevistadas mencionaram um corpo magro, porém bem definido no que tange à musculatura: “[...] um corpo funcional [...]” segundo a Leitora F; “[...] um corpo malhado, de pessoas que se cuidam [...]” de acordo com a Leitora A. Nas palavras da Leitora C:



É, eu acho que eles colocam pessoas saradas, mas saudáveis, não parece que as pessoas usam anabolizantes, por exemplo, e nem que são magrinhas feito modelo de capa da Nova, por exemplo, mas parece que assim é um biótipo, que **a pessoa não nasceu daquele jeito, que ela fez atividade física, se cuidou e ficou daquele jeito** (LEITORA C, grifo nosso).

Além da ideia do corpo magro, há também a ideia de um corpo adquirido/modelado a partir de alguns cuidados como a atividade física. Nessa ideia de corpo conquistado, vale evidenciar que essa conquista é comumente associada a um esforço individual, consegue quem quiser e se esforçar o suficiente.

Essa ideia de corpo moldável está presente em outros estudos que tematizam o corpo na mídia. Em Pereira (2013), a ideia de corpo como objeto a ser trabalhado aparece em estudo realizado a partir da revista Veja: “[...] No discurso da revista Veja o corpo é pensado como um objeto indiferente, um simples suporte do indivíduo, tornando-se uma matéria-prima a ser retrabalhada, na qual a identidade se dilui, entre textos, imagens e recursos gráficos virtuais” (p.115).

Os cuidados apresentados pelas leitoras, como vimos no tópico anterior, além de reforçar a ideia de corpo passível de manipulação, são todos relacionados a uma ação subjetiva. Cabe aos indivíduos colocá-los em prática, da maneira e na intensidade correta para que deem resultados positivos. Quando questionadas sobre o que mais poderiam fazer para alcançar o padrão de corpo ideal, novamente a responsabilização por esses cuidados se reforçam:

[...] praticar um pouco mais de musculação ou alguma coisa assim, mas são coisas que não me interessam tanto, mas eu gosto muito de esportes aeróbicos, locais, mas, assim, musculação em si não, mas gostaria de fazer exercícios que trabalhassem, vamos botar, músculos que eu consigo trabalhar na musculação também. (LEITORA A)

Percebemos que são pessoais e intransferíveis os cuidados com o corpo, sendo assim, deixá-lo em boa forma é responsabilidade do indivíduo. Quando esse ideal ainda não foi alcançado, a ideia é que se reforce os cuidados, intensificando-os, a fim de chegar ao resultado esperado.

Após mapear o tipo de corpo promovido pela revista Women’s Health Brasil, perguntamos qual padrão corporal idealizado por nossas entrevistadas. As respostas a essa pergunta podem ser verificadas no quadro abaixo:

Padrão de corpo desejado					
Leitora A	Leitora B	Leitora C	Leitora D	Leitora E	Leitora F
Um meio termo, um corpo nem magro nem "cheio"	O mesmo apresentado pela revista, um corpo sem exageros, nem magro demais, nem forte demais.	Próximo ao da revista, corpo magro, mas sem ser magro demais, um corpo sem gordura, definido.	Não ser gorda e nem doente.	Um corpo com mais qualidade e volume muscular do que o que é apresentado pela revista.	O mesmo padrão de corpo apresentado pela revista.

Figura 10 – Padrão de corpo desejado  
Fonte: arquivo pessoal

Diante dessas informações, vemos que a preocupação em se ter um corpo livre da gordura se reafirma. Podemos notar, também, que o corpo apresentado pela revista (magro e com musculatura definida) ora aparece como sinônimo do padrão desejado pelas leitoras, ora como base de comparação com o padrão que elas desejam.

A satisfação com o próprio corpo está diretamente relacionada ao fato de a pessoa estar ou não dentro de um padrão corporal considerado por ela como o ideal. Seguindo essa ideia, se a pessoa não se encontra em seu padrão, dificilmente se sentirá satisfeita. Todas as leitoras que participaram dessa pesquisa, mesmo as que responderam estarem satisfeitas com o próprio corpo, assumiram que ainda poderiam melhorar em algum aspecto.

A Leitora A, ao responder à questão referente a como se sente quando olha para o seu corpo, disse estar satisfeita com o que vê, mas mesmo assim completa dizendo: "Dá para melhorar um pouquinho, bem pouquinho, mas não precisa ser muito".

O sentimento de que ainda há o que melhorar é recorrente também na fala de outras leitoras<sup>12</sup>:

Ah, como toda mulher, toda menina, a gente nunca se sente perfeita, só que eu não sou também tão, como que fala, exigente, não, eu gosto do corpo que eu tenho. É um corpo que, aparentemente, sempre foi o que eu quis, **lógico que pode melhorar**, só que 'pro' biótipo que eu gosto de atleta de GR, que não é aquela menina muito patola, né, igual da ginástica artística e nem é como eu falo sempre, como eu sempre digo, nem muito magra. Um pouco

<sup>12</sup> A leitora B, apesar de não se considerar tão exigente e gostar do corpo que tem, afirma que pode, sim, melhorar. Quando questionada novamente sobre o que poderia melhorar, respondeu que gostaria de ter um glúteo maior.

mais assim, você olha e fala assim: ela é normal, e eu gosto do que é normal, digamos assim [...] (LEITORA B, grifo nosso).

Nos dois casos acima, as entrevistadas demonstraram certa satisfação em relação ao corpo, mesmo com as ponderações que vimos. Entretanto, há leitoras que, apesar de tudo o que é feito em prol do corpo e da boa forma, não se consideram satisfeitas quando olham para si. Na citação abaixo, podemos ver como isso se expressa na fala da Leitora C:

Ah, que eu “to” acima do peso, sempre, sempre [...] é a imagem que eu sempre posso melhorar um pouco mais, sabe. Mesmo igual agora, eu emagreci. Passei por uma mudança no meu trabalho, acabei perdendo a minha rotina de exercícios e engordei quatro quilos, e eu acabei de emagrecer esses quatro quilos extras, mas eu olho para mim e não dá para perder mais (LEITORA C).

O sentimento de estar acima do peso, que por sinal parece ser o que mais atemoriza quando o assunto é a boa forma corporal, aparece também na fala da Leitora D, quando diz: “[...] “to” gordinha [...] eu “to” cinco quilos acima do meu peso [...]”. Além de se considerar “gordinha”, também afirma, no decorrer da entrevista, que sempre se sentiu acima do peso.

Na fala da Leitora E, o sentimento de insatisfação é ainda maior:

Sempre a pior, nenhuma mulher “tá” feliz com o que tem [...] antes do curso, quando eu me permitia, eu tinha tempo para cuidar mais, né, então, assim, eu hoje eu não estou satisfeita, se eu falar que eu estou satisfeita, eu não “to” satisfeita, mas eu acho que é normal, toda mulher sempre tem uma coisa que ela nunca “tá” satisfeita, mas eu queria, por exemplo, tem semana que eu não consigo ir na academia, nem correr, porque ou eu vou de dia ou seis horas eu não posso mais, porque eu tenho filho, então não dá, então limita um pouco. Eu lembro que eu falava, assim, que quando eu ganhei neném, que eu fui correr atrás dessa forma física, desesperadora, eu falava que não existe falta de tempo, existia falta de vontade e hoje eu vejo que não, que não tem como, para mim hoje não tem como. Então, assim, às vezes acontece, sim, de você não ter tempo, ou o tempo que você tem é curto demais para demandar a isso, para essa demanda de atividade física (LEITORA E).

A insatisfação parece vir junto com o sentimento de que poderia fazer mais, mesmo quando há o reconhecimento de que se “está fazendo tudo o que é possível. Sempre há algo para ser feito, melhorado. Esse sentimento reaparece na fala da Leitora F:

Eu “to” acabando de sair de um processo de anorexia, então a imagem que eu ainda tenho é que ainda está longe do que eu quero chegar, apesar de saber que já foram 25 quilos, 26 quase, mas eu ainda não tenho a imagem que eu gostaria, eu ainda não vejo como as pessoas estão vendo [...]. Eu continuo me vendo gorda do mesmo jeito que eu estava quando eu comecei a fazer. Eu ainda não consegui, claro que agora eu “to” fazendo acompanhamento com nutricionista, porque assim eu parei de comer mesmo, então agora eu “to” conseguindo enxergar, eu vejo fotos antigas, eu faço um

comparativo, então, assim, de 46 eu estou vestindo 42, é notável, mas eu ainda, porque, assim, eu ganhei estrias na gravidez, por eu ter feito uma dieta muito louca, eu ganhei flacidez muscular, então eu perdi peso, mas visualmente falando eu ainda não estou satisfeita com o resultado (LEITORA F).

Ou seja, mesmo tendo alcançado resultados positivos, a sensação de insatisfação ainda se faz presente, fazendo com que o indivíduo insatisfeito continue em busca do padrão idealizado de corpo. A noção subjetiva de estar acima do peso é, segundo Sudo e Luz, um agravante em relação ao sentimento de insatisfação:

Distingue-se na análise, o caráter subentendido do corpo ideal e que muitas vezes na sua busca acaba por gerar uma sensação que na maioria das vezes não é pautado pelo peso na balança, mas pela noção subjetiva do estar gordo. Tal questão aponta para uma eterna insatisfação com a imagem corporal, muitas vezes induzida pelas reportagens, ocasionando uma negação e insatisfação com o próprio corpo traduzido em uma “ruptura entre si e o que se exige de si”, revelando insatisfações permanentes [...] (SUDO; LUZ, 2007, p. 1036).

O discurso da revista reforça a ideia do melhoramento de si, incentivando suas leitoras a irem sempre além, como o próprio subtítulo da revista propõe: “Você só que melhor!”. Acreditamos que as imagens e as matérias da revista também colaboram para a busca pelo padrão ideal, pois traz junto a esse padrão a noção de corpo conquistado.

Além da preocupação com a gordura, vimos, ainda, o que os excessos na procura pela boa forma podem ocasionar. A anorexia, relatada pela Leitora F, tem se mostrado como um dos riscos produzidos pela busca excessiva da boa forma. O problema em questão, visto por Bauman (2009) como uma desordem alimentar, surge com a preocupação de combater a gordura que se aloca no corpo do indivíduo. A leitora relata como foi passar por esse processo de anorexia, como podemos observar na extensa citação que segue:

Foi assim, eu comecei uma dieta líquida, fazia uma semana de dieta líquida e depois comia normal, e fui fazendo, só que foi chegando a um ponto que quando você tem muito, você perde muito. Só que foi chegando ao final, você já tem menos para perder, então quando eu estabilizei nos 87 quilos não descia mais, eu vinha de 97, e quando chegou nos 87, não descia mais, aí foi quando comecei a ficar mais de uma semana em dieta líquida. A dieta líquida, que até então eram sucos de couve e outras coisas, começou a virar só água, entendeu, porque aí eu começava a perceber que eu subia na balança e estava menor, então, não cheguei a tomar laxante, nem diurético, nada disso, mas cortei a alimentação total. Como eu não conseguia fazer atividade física, porque não estava comendo, então, eu tinha que ser mais radical ainda com a alimentação, porque se a ideia é você gastar mais do que você consome, eu tinha, apesar de saber que era totalmente errado, a loucura nesse sentido. Então, quanto eu menos consumir só pela minha taxa basal eu vou conseguir, e foi o que fiz realmente, aí dos 97 consegui cair para 79. Então, foi aquela

diferença enorme, todo mundo: não, agora já está bom, para. Não, não está bom ainda, exatamente por não ter feito junto com atividade física, então assim, eu perdi peso, mas continuava com barriga, então não. Na verdade, ainda tem que secar mais gordura ainda, precisava perder mais peso, porque aí depois eu volto ganhando massa magra. Então fui entrando nessa paranoia realmente, e foi quando eu parei de comer tudo, e não percebi no processo que não estava comendo, eu já achava tão normal não comer, que eu não via, só fui me dar conta quando as pessoas começaram a comentar: 'nossa você emagreceu muito'. Mas eu não estou vendo isso tudo, e aqui mesmo (faculdade) as pessoas começaram a comentar: nossa você emagreceu muita coisa. "Coisa de doido", eu não era assim desse jeito. Foi quando eu tirei uma foto de calcinha e sutiã para eu ver a foto e olhar, e vi que realmente se eu comparar essa com essa, é uma diferença muito grande. Foi quando eu procurei uma nutricionista e falei: 'eu sei que estou, se não dentro, entrando num processo de anorexia, porque eu não como' [...] eu consegui perceber por isso, de tanto as pessoas falarem que eu estava magra, e percebi que alguma coisa de anormal tinha, porque as pessoas estavam falando e eu continuava vendo totalmente diferente disso, foi quando procurei, e foi o que ela disse: 'você veio na hora certa, porque normalmente quem está num processo mais avançado não percebe, não procura e não se localiza, você veio no último minuto antes de entrar efetivamente num processo grave de anorexia'. E ela falou que iria passar uma dieta com mil calorias, que é uma dieta muito baixa, mas, 'para quem não está comendo nada como você, se eu passar mais que isso você vai vomitar e aí vai passar de um quadro de anorexia para o de bulimia, não vai ter jeito, então você vai tentar criar o hábito de voltar a comer'. Porque eu já não tinha nem isso, eu passava o dia inteiro na água, dois dias na água, sem sentir fome. Eu já não sentia nem mais a tonteira inicial, eu não tinha fome, eu me acostumei. Eu fiz uma redução de estômago sem fazer a cirurgia, entendeu? (LEITORA F).

A vontade de se atingir um determinado padrão corporal, ou mesmo a tentativa de eliminar a gordura, leva os consumidores a utilizarem vários métodos para que o objetivo seja alcançado. No relato acima, vemos que a leitora para de se alimentar, por entender que era através do alimento que a gordura habitava seu corpo. Nesse caso, a fronteira corpo/mundo exterior (BAUMAN, 2009) é rompida com a finalidade de evitar a entrada do inimigo nesse corpo.

Na revista, pouco ou nada vemos sobre esse tipo de problema. Ela parece estar mais preocupada em dar dicas em prol do corpo magro do que apresentar os problemas que o excesso na busca pela magreza pode provocar. No discurso da revista sobre os perigos referentes ao corpo, a gordura é sem dúvidas a grande vilã, não dando atenção aos outros perigos decorrentes da busca pela boa forma.

Para Lovisolo (2006), muitas vezes na busca pelo modelo JUBESA, os indivíduos se rendem aos excessos, às compulsões e tornam a realização desse modelo algo arriscado. Dessa forma, comportamentos que conduziram a uma vida mais saudável acabam por colocá-la em perigo:

Lembremos, no entanto, que a adesão ao modelo JUBESA pode conduzir a situações paradoxais e contraditórias: o exagero de sua procura que pode acarretar anorexia, consumo desesperado, intervenção plástica; enfim, o uso

imoderado dos recursos que propõe pode, até, gerar efeitos contrários aos desejados (LOVISOLO, 2006, p. 171).

A anorexia, assim como a bulimia, faz parte dos riscos que a busca pela boa forma pode ocasionar. A guerra dos indivíduos contra o excesso de gordura vem desencadeando esses tipos de transtornos alimentares. Combater o que tem sido a maior inimiga da boa forma pode, portanto, colocar em risco a vida de algumas pessoas. Nesse sentido, percebemos mais uma vez que a saúde não assume o papel principal na busca pelo modelo JUBESA, e alguns métodos não saudáveis podem ser postos em prática em busca da boa forma.

A construção do ser saudável nem sempre aparece pautada na questão unicamente da saúde. O discurso de um estilo de vida saudável une boa alimentação e atividade física como heróis nessa árdua batalha para obter um padrão de corpo ideal.

O corpo entra nessa mediação como um provedor de satisfação, um corpo moldado para dar prazer e/ou possibilitar experiências que despertem essa sensação. Ele se torna, portanto, um instrumento manipulável e mutável com a finalidade de atender às demandas de seu proprietário, além de ser um território que deve ser defendido e guardado. Um terreno fértil onde o que se planta dá, precisando, apenas, para se ter sucesso, saber quais sementes plantar e em qual momento colher, bastando, dessa forma, ser um bom agricultor para colher bons frutos.

Quando, por algum motivo, esse corpo não pode ser modelado a contento, torna-se um obstáculo. O mesmo corpo que promove também impossibilita as experiências. As ideias de “corpo funcional” e “corpo conquistado”, que aparecem na fala de nossas entrevistadas, ao identificarem o padrão de corpo da revista *Women’s Health Brasil*, exemplificam essa relação que se mantém com o corpo. Quando o corpo passa a ser um obstáculo, ele desperta em seu responsável o sentimento de insatisfação e de precariedade, como observamos na fala das leitoras, quando expressam os sentimentos em relação aos seus próprios corpos.

A corrida dos consumidores na busca pelo corpo ideal parece não ter fim, diante de tantas possibilidades e caminhos que são oferecidos. Veremos, nas próximas páginas, como se constrói para nossas entrevistadas a noção de saúde, na busca pela boa forma corporal.

### 3.2.2 Saúde

A saúde, como vimos, não parece ser uma preocupação central de nossas entrevistadas. Ela até surge em alguns momentos, mas logo se perde entre outros objetivos que se sobressaem quando o assunto é a boa forma corporal.

Na revista *Women's Health Brasil*, a saúde é relacionada à prevenção e gerenciamento dos riscos, além de ser, frequentemente, associada à busca pelo belo. Dessa forma, a procura pela saúde novamente torna-se a busca pela beleza e pela juventude.

Na entrevista, perguntamos às leitoras o que significava ter saúde, e nos deparamos com alguns entendimentos. Para a Leitora A, ter saúde é:

[...] você ter um padrão que, vamos botar assim, que te coloque numa forma que você consiga tanto desempenhar atividades do dia a dia, sem “tá” se colocando em risco cardiológico essas coisas, e que te deixa bem mesmo, que te deixa bem, você ter saúde você procurar saúde é isso, eu acho (LEITORA A).

A saúde para a Leitora A está relacionada com o poder fazer, de se colocar em situações e não correr riscos físicos, ou seja, ter saúde é sinônimo de ter um corpo treinado e capacitado, que possibilite realizar tarefas sem problemas. Sobressai a ideia de um corpo funcional, um corpo que permitirá ao indivíduo novas oportunidades, sem colocar a sua vida em risco. É um corpo capaz, apresentando-se disponível para o que virá, marcando, com isso, a ideia de futuro.

Segundo a Leitora B, saúde é associada a fatores socioeconômicos: como emprego, saneamento básico e infraestrutura; além da prática de atividade física e boa alimentação. Dessa forma, a saúde está diretamente relacionada com o meio no qual a pessoa vive, não restringindo o conceito de saúde a somente uma boa alimentação e atividade física, visto que, muitas vezes, os indivíduos não possuem condições financeiras para a realização desses cuidados.

A Leitora E apresenta uma ideia de saúde próxima a da Leitora B:

“Pra” mim ter saúde e uma soma de fatores, é você ter uma condição, ter conhecimento, e você ter dinheiro, ter uma qualidade de vida, financeiramente falando, que te permita de repente viajar, sair, aproveitar a vida, acho que são questões de exames, você estar dentro da normalidade, dentro do seu peso, com uma alimentação saudável, optar por coisas saudáveis, então eu acho que saúde ela é tudo isso, você ter um equilíbrio emocional, você ter uma família estruturada, tudo isso para mim é saúde (LEITORA E).

A ideia de saúde é relacionada à ideia de prazer. Buscar a felicidade, mas sem se descuidar da alimentação, da atividade física e da manutenção do peso corporal. Além disso, está presente uma ideia de normalidade (CASTIEL, 2007), na qual o indivíduo deve se inserir para se sentir bem.

Outro conceito de saúde que encontramos está diretamente relacionado à alimentação e à atividade física:

Eu acho que é se alimentar bem. Comer bastante fruta, verdura, tomar muita água, muito mais do que dois litros por dia. Eu passei a fazer isso, eu vi que eu melhorei e muito. É praticar exercícios físicos pelo menos uma horinha por dia, isso é ter saúde. Eu notei que quando eu consegui implementar academia, fazer a atividade física virar uma rotina na minha vida há 4 anos, eu praticamente nem gripe mais, sabe? Eu achei que melhorou muito, melhora a imunidade, melhora o humor, melhora a qualidade de vida se você consegue fazer isso (LEITORA C).

A saúde, então, ao aparecer atrelada aos dois principais cuidados corporais, torna-se consequência de uma boa conduta. Essa noção de saúde se aproxima a da Leitora A, onde a saúde está ligada à ideia de bem-estar. Como diz um jargão: “Coma bem e pratique esportes que você terá saúde”.

Apenas duas leitoras associaram o significado de saúde à ausência de doença. Para a Leitora D, saúde é entendida como “ausência de doenças”. Expandindo essa ideia, a Leitora F, que já passou por problemas de saúde devido à compulsão em busca da boa forma, diz:

É bem diferente do que eu fiz realmente, eu acho que saúde está além da máxima da organização mundial da saúde, que é não ter doenças. Eu acho que saúde vai além disso, porque tem a questão psicológica. Na minha visão, eu acho que saúde é tanto você estar bem com taxas, né, em relação ao fisiológico mesmo, mas você está bem com você, a questão do psicológico também, porque não adianta todo o resto está funcionando certo se você continua não tendo uma visão legal a respeito, você vai acabar destruindo o que seria preconizado como saúde em função de uma imagem distorcida (LEITORA F).

Acreditamos que os conceitos e as noções dos indivíduos são formados a partir de suas experiências pessoais, e, claro, também por meio das informações às quais esses indivíduos tiveram acesso ao longo da vida. A Leitora C, por exemplo, acredita que a atividade física associada à alimentação é sinônima de saúde, já que, após adquirir esses hábitos, enfatiza que nem sequer ficou gripada.

Da mesma forma, a Leitora F, que já passou por um problema de saúde, no qual o lado psicológico é fortemente abalado, acredita que saúde está para além do viés fisiológico, englobando questões do âmbito psicológico, ampliando, assim, o seu conceito de saúde. Entendemos, com isso, que a construção dos saberes de um



indivíduo é multifatorial, como já constatado por Martín-Barbero (2002), quando diz que o receptor interpreta as mensagens recebidas com base em seus conhecimentos, sua subjetividade. Mesmo as seis leitoras tendo acesso às mesmas informações divulgadas pela revista WH Brasil, elas interpretam e reinterpretam essas informações de forma diferente. Com base nas respostas, também podemos afirmar que a construção do que seja saúde leva em consideração outros aspectos e conhecimentos além dos adquiridos nesse artefato midiático.

É notável que as noções de saúde apresentadas pelas leitoras não são sinônimas, mas de alguma forma elas vêm associadas ao sentimento de bem-estar. Estar saudável é se sentir bem, e isso possibilita ir além. Quando a noção de saúde é relacionada a fatores socioculturais, esta é, também, pautada na capacidade que o indivíduo tem de consumir novas experiências e sensações. Com base no consumo de um indivíduo, podemos definir o quanto ele é saudável. A habilidade que um indivíduo tem de consumir – lembrando que não se consome apenas produtos, mas, ainda, experiências, sensações etc. – é o medidor do quão feliz esse indivíduo pode ser.

As noções de saúde apresentadas por nossas entrevistadas muitas vezes não se aproximam, pois encontramos noções relacionadas à ausência de doenças, a corpo apto, a questões socioeconômicas e a prazer. Comparando à concepção de saúde apresentada pela revista, não fica tão explícita, na fala de nossas leitoras, a ideia de saúde relacionada à beleza, não quando perguntadas sobre saúde. Porém, a relação entre beleza e saúde pode ser melhor evidenciada quando as leitoras falam da analogia entre corpo bonito e corpo saudável. Nesse caso, as leitoras A e B disseram que, à primeira vista, um corpo bonito lhes parece um corpo saudável:

Na maioria das vezes sim, na maioria das vezes sim. Você olha, é aquilo, bate o olho e não vê, muitas vezes o que a pessoa, vamos botar, os meios que ela usa para chegar a aquele corpo, às vezes não é um meio saudável, mas você batendo o olho, você vai ver que ela aparenta ser saudável. Então (LEITORA A).

Para a Leitora B, um corpo bonito, ao sofrer determinado problema de saúde, causa espanto, pois um corpo magro (padrão de corpo que a Leitora B considera bonito) é comumente associado a um corpo saudável:

Ao primeiro olhar sim, acho que a maioria das pessoas que vê uma pessoa com o corpo ali bonitinho né, um corpo todo trabalhado, eu acho que a pessoa vai olhar e falar: 'ah é saudável'. Tanto que quando a gente vê uma pessoa com o corpo bonito, né, definido, digamos um tipo aparentemente fitness, como a gente fala, e essa pessoa, sei lá, deu um infarto: 'Como? Ele era bonito, era forte. Ela era bonita, era forte, não é gorda, né?'. A gente acha

que, se você vê um gordo, já “tá” condenado à morte, a ter um infarto, a ter qualquer problema assim, né. Agora se você vê uma pessoa magra, com o corpo trabalhado, você já não diz isso. É sempre uma surpresa quando você sabe que uma pessoa assim tem um probleminha de saúde (LEITORA B).

O corpo magro parece remeter à saúde pelo simples fato de conseguir não abrigar em si – ou abrigar uma quantidade pequena – da tão temida gordura corporal. O corpo magro parece nos avisar, a partir de sua forma corporal, que não traz o inimigo, tornando-se, dessa forma, aparentemente mais saudável do que um corpo que abriga a gordura.

Para a Leitora C, essa convicção é ainda maior, pois para ela não restam dúvidas, ao olhar um corpo bonito, que este também seja saudável:

Sempre, as pessoas que eu vejo, que eu tenho como referência, eu nunca imagino que elas tenham tomado alguma coisa ou deixado de comer por horas, essas maluquices. Eu sempre acho que elas conseguiram porque elas comeram bem e fizeram atividade física (LEITORA C).

Além da associação entre beleza e saúde, a leitora reforça a ideia de que esse estágio de saúde pode ser alcançado quando o indivíduo coloca em prática os cuidados com alimentação e atividade física; atribuindo, ainda, o sucesso de ser saudável unicamente à responsabilidade do indivíduo.

Há também as leitoras que não consideram que um corpo bonito represente um corpo saudável, por não saber dos processos pelos quais aquele corpo passou para ficar daquela maneira, caso da Leitora D. Para a Leitora F, cuja ideia corrobora a da Leitora D, tanto um corpo magro (indicando um corpo com pouco volume de massa muscular), como um corpo hipertrofiado podem ter sido conquistados com o auxílio de indutores de apetite (no caso dos corpos magros) ou anabolizantes (corpos hipertrofiados). Essas leitoras ressaltam que nem sempre o processo para se ter um corpo desejado é sinônimo de saúde. A Leitora E tem a mesma impressão das outras duas:

Não. Porque você fazer uma leitura do que você vê é muito superficial, às vezes você olha um corpo que, por exemplo, o corpo que eu acho bonito é um corpo todo trabalhado, mas aí você não sabe até onde a pessoa foi para ter aquilo ali. Então se ela fez uso de drogas para manipular o corpo, o quanto de lesão ela tem por esforço, por peso, por excesso de peso, então é muito difícil você fazer uma leitura simplesmente olhando o corpo, porque a estética não é sinônimo de saúde, ela é uma leitura que você faz de belo, do que você considera belo, um padrão, mas não é um sinônimo de saúde. Então às vezes você tem uma pessoa que é mais cheinha, mas ela tá dentro do que a medicina tem como saudável, de questão de exames, e outras pessoas estão com o corpo todo trabalhado, todo manipulado por atividade física, mas é um corpo que tem excesso de hormônio, já tomou muita bomba, eu acho que existe essa questão [...] (LEITORA E).

A Leitora E discorre acerca do padrão de corpo que considera bonito (corpo um pouco mais hipertrofiado do que o apresentado pela revista). Nesse sentido, perguntamos a ela se, ao olhar o corpo da revista, que estampa as capas e as matérias, considera aquele corpo saudável. Segundo essa entrevistada, quando olha para o corpo da revista, enxerga-o como um corpo saudável, já que não apresenta nenhum sinal de excesso, não demonstrando que sofreu uma manipulação danosa para chegar àquele estágio; afinal, parece um corpo conquistado por meio de dietas e atividades físicas, um corpo dentro da normalidade.

Observamos que a imagem do corpo magro aparece como saudável e também como se fosse mais fácil de ser alcançado, por ser entendido como um corpo normal, onde o indivíduo não precise se submeter a excessos para chegar a esse ideal<sup>13</sup>. A Leitora E, ainda, acredita que existem vários processos possíveis para o indivíduo atingir seus objetivos, concluindo essa ideia, afirma:

[...] eu acho que há um bombardeio da mídia nesse sentido. Eu acho que não é uma intenção negativa, pelo contrário, eu acho que a revista tem uma intenção de conscientizar as pessoas a ter hábitos saudáveis, você vê isso o tempo todo, mas as pessoas meio que querem o mais fácil, o *fast food*, porque nós vivemos o tempo do imediato, eu não quero o processo, eu quero o produto final, então se o produto final é ser magro, fazendo abstinência total de comida, ingerindo só líquido, eu vou fazer. Então eu acho que existe essa falta de conscientização do que é saudável, que o que é magro nem sempre é saudável, que o que é maromba não é saudável, que o atleta nem sempre é saudável, entendeu, existe essa conscientização, que muitas vezes a própria mídia ou a própria universidade, quando produz conhecimento, não joga para fora isso, não leva para a sociedade e as pessoas acabam ficando naquilo que é superficial, que é oferecido [...] (LEITORA E).

A leitora, primeiramente, apresenta uma intenção positiva da mídia na conscientização das pessoas, porém estas se prendem ao resultado final de um processo e acabam transformando o que poderia ser saudável em uma ação não saudável, pois constroem a noção de ser saudável baseada apenas na superfície do corpo e no resultado final. Dessa maneira, os métodos para manter um corpo saudável nem sempre são questionados, já que o indivíduo se prende apenas a resultados.

---

<sup>13</sup> Nesse momento, a Leitora E é, então, questionada com a seguinte suposição: mas, e para um indivíduo que seja obeso, que leitura você acha que ele faria, ao olhar o corpo presente na revista? Com relação a essa suposição, a Leitora E acredita que o caminho não seja fácil, pois, em um obeso, a quantidade de peso eliminada tende a ser alta, o que faz com que apenas os ensinamentos da revista, por exemplo, não deem conta, precisando desse indivíduo de acompanhamento profissional (nutricionista, *personal trainer*), para, então, aproximar-se desse modelo de corpo.

Segundo a leitora, a mídia falha por não mostrar que esse processo pode não ser saudável.

A revista WH Brasil, por sua vez, limita-se a mostrar os caminhos para uma vida saudável e o padrão de corpo resultante desse processo. O corpo na revista é sempre associado ao imaginário de beleza e saúde, e, muitas vezes, não faz distinção entre essas duas características. Traz ainda a ideia de que seguindo corretamente as orientações, o leitor terá ao final um corpo belo e saudável. Além disso, a realização de atividades físicas e a alimentação saudável (principais cuidados corporais apresentados pela revista) não são associadas a nenhuma característica que se oponha ao belo e saudável.

A Leitora F, também falou sobre o padrão de corpo que a revista apresenta e a relação desse corpo com a ideia de um corpo saudável:

Nem sempre, também, porque eu penso que muitas delas não têm uma genética para ter aquele corpo e estão fazendo uso de inibidores de apetite [...] É o processo contrário, não para crescer, mas também fazem o uso de um Clenbuterol, e uso de alguma outra coisa nesse sentido para ganhar definição muscular, massa magra e percentual de gordura baixo. Então, geralmente, eu não tenho a ideia de saudável com pessoas assíduas de atividade física nesse sentido, para manutenção de forma física, porque normalmente isso acaba virando um vício, então chega um ponto que seu organismo não vai mais sozinho, aí entra a história que até planta precisa de adubo, então seja para cima ou para baixo, geralmente praticante assíduo, com necessidade corporal, de estética corporal, eles acabam não sendo saudáveis, treinam em cargas excessivas, e estão sempre ultrapassando os limites do corpo, e isso já não é mais saudável. (LEITORA F)

A Leitora F sinaliza uma preocupação com os excessos, por considerar que estes colaboram para transformar um cuidado que é favorável a um ser saudável em um processo não saudável para se manter a boa forma corporal.

A associação entre beleza e saúde, que aparece de forma clara na revista, não tem a mesma força no discurso de nossas entrevistadas. Enquanto três acreditam que um corpo bonito é também um corpo saudável, outras três não consideram essa afirmação possível se baseada apenas na estética corporal, por entenderem que os processos em busca da boa forma podem trazer malefícios para a saúde dos indivíduos, dependendo da forma como são colocados em prática.

Existem meios pelos quais o indivíduo pode avançar no que diz respeito a ser saudável, e nossas entrevistadas nos contaram o que cada uma faz a fim de atingir esse propósito.

### 3.2.2.1. As receitas para ser saudável

Quando o assunto é manter o corpo belo, vimos que existem alguns cuidados que auxiliam nesse processo. Na busca por um corpo saudável, o processo não é diferente, encontramos novamente o que deve ser feito, porém agora é para atingir um estado de saúde. A saúde é entendida como algo que pode ser conquistado, adquirido.

Quando nossas entrevistadas falaram sobre quais cuidados são realizados para se ter saúde, observamos que todas as respostas apareceram novamente relacionadas aos cuidados com atividade física e alimentação, sendo estas consideradas fundamentais para se ter saúde. Além dessa dupla, outros cuidados foram apontados, como dormir oito horas por noite; saber estabelecer limites quanto à alimentação e à atividade física; ter acesso a lazer e à boa educação; não ter nenhuma doença.

Com base no que foi analisado sobre os cuidados com o corpo e com a saúde, verificamos que há uma diferença entre os cuidados que se colocam em prática quando o assunto é a boa forma e quando é a saúde, visto que, quando se trata desta, aparecem outros fatores para além da atividade física e da alimentação saudável, como, por exemplo, questões socioeconômicas e culturais.

A relação de satisfação com a saúde surge, porém, quase sempre associada ao sentimento de que mais ações podem ser feitas para se ter mais saúde. Das seis entrevistadas, duas se consideram saudáveis; três se consideram saudáveis, mas ainda podem melhorar; e apenas uma se diz insatisfeita, apesar de estar buscando esse objetivo.

Nas falas das leitoras D e A, que se consideram saudáveis, podemos perceber os motivos pelos quais se sentem assim: “Sim, me considero, e eu me alimento relativamente bem, pratico atividade física, e tenho uma vida saudável, procuro me alimentar bem, ser ativa e não tenho nenhuma doença. Eu faço exame todo ano, então acho que eu estou saudável” (LEITORA D). Ela ainda complementa dizendo que é necessário evitar determinados comportamentos de risco, pois estes aumentam as chances de desenvolver algum tipo de doença: “[...] evito ao máximo, não fico perto de quem fuma. Procuro não ingerir bebida alcoólica, frituras, comidas muito gordurosas, isso” (LEITORA D).

Já para a Leitora A, a relação de satisfação com a saúde se dá por meio da realização de atividade física: “Considero, e eu tento fazer tanto a atividade física, e controlar a alimentação, mas mais atividade física”.

Nesses dois relatos, as entrevistadas se sentem saudáveis, pois acreditam fazer o que é certo para sua saúde. Observamos que, para além da atividade física, reaparece também a preocupação com a ingestão de gordura, que, nesse momento, coloca em risco não apenas a boa forma corporal, mas também a saúde desse indivíduo.

Quanto às leitoras B e C, que não se consideram completamente satisfeitas, esse sentimento vem relacionado aos “pecados” em relação à alimentação:

É, eu, eu me considero saudável. Só às vezes, na questão da alimentação que eu exagero um pouco, na questão de muito doce, essas coisas. Agora a questão de comer muita porcaria, viver de *Mc Donalds* não é meu tipo. Só que o que eu faço “pra” manter, eu sempre procuro fazer atividade física, se eu parei com uma coisa, eu logo começo outra “pra” viver, “pra” sempre “tá” praticando alguma atividade física, agora questão de alimentação eu peço um pouco às vezes, não é aquela coisa: eu vou seguir à risca, não vou comer, não vou ingerir muito carboidrato, não tem essas coisas não. E uma coisa que eu faço, que eu particularmente acho que é importante “pra” minha saúde, eu não tenho nenhum vício de beber. Eu não bebo, eu não fumo, né, sou muito tranquila quanto a isso, nunca fiz e nem pretendo ter nenhum desses vícios de beber, de fumar, nada disso. (LEITORA B)

O mesmo sentimento se repete na fala da Leitora C:

Eu me considero uma pessoa saudável com pequenos deslizes nos finais de semana. Eu sempre tento fazer minha atividade física diária, comer bem. Durante a semana, eu consigo muito bem. No final de semana vem uma cervejinha aqui, uma festa ali, bolo, doce, alguma coisa assim. Eu acho que mesmo assim eu sou uma pessoa saudável, mesmo com os deslizes no final de semana. (LEITORA C)

O “deslize” com a alimentação parece ser o grande vilão contra a saúde. Mesmo admitindo alguns descuidos, essas leitoras se consideram saudáveis. A Leitora E também apresenta essa sensação de incompletude em relação a ser saudável, mas, nesse caso, a alimentação não aparece como a culpada, mas, sim, o não controle do peso corporal:

Eu me considero saudável com algumas virgulas. Eu não bebo, eu não fumo, eu procuro ter oito horas de sono, eu evito gordura, fritura, não tomo refrigerante, não gosto de suco de caixinha, se possível eu prefiro uma alimentação mais próxima do natural. Eu procuro fazer os exames periodicamente, eu faço algumas suplementações orais de vitaminas, minerais, tento manter o peso, o que não tem sido fácil nos últimos anos, mas tento manter o peso, e fazer atividade física que eu acho importante. (LEITORA E)

Percebemos que os cuidados adotados são bem próximos aos cuidados para se manter a boa forma. Mesmo nos casos em que as leitoras levaram em consideração aspectos sociais para definir saúde, estes não apareceram entre as preocupações em prol de um corpo mais saudável. Os cuidados em relação à saúde priorizam cuidados com alimentação e atividade física.

Quando esses cuidados não são realizados, o sentimento de estar saudável se esvai, como é o caso presente no relato da Leitora F: “Não. Não vindo desse processo de não alimentação. Eu agora tenho tentado retomar isso, voltei para a musculação, voltei a treinar judô, então, assim, eu estou tentando fazer virar um processo saudável [...]” (LEITORA F).

A saúde torna-se, portanto, um objetivo que pode ser alcançado. A ideia de saúde persecutória (CASTIEL, 2007) aparece na fala dessas leitoras, e é por meio desses cuidados com alimentação e atividade física que esse objetivo pode ser alcançado. A fuga dos riscos também pode ser percebida quando determinados comportamentos são evitados por acreditarem que estes possam causar algum dano, como relata a Leitora D, que diz evitar ficar perto de quem fuma.

Acreditamos, dentro desse cenário, que principalmente o incentivo ao consumo, reforçado pela mídia, colabora para esse sentimento de insatisfação presente na fala de nossas entrevistadas, por vir junto à ideia de que algo a mais pode ser feito. O discurso midiático nos apresenta novos métodos, lugares, alimentos, atividades, entre outras possibilidades de consumo. A cada edição, novas oportunidades são oferecidas, e o “ficar parado” não é bem-vindo nesse contexto.

Após verificarmos o que nossas leitoras entendem por saúde e quais cuidados são realizados para que elas se mantenham saudáveis, tentaremos nos aprofundar em como elas percebem a construção dos estilos de vida saudáveis.

### **3.3 Contenha-se! E tenha um estilo de vida saudável**

A ideia de regar, de controlar os excessos, de colocar limites surge com certa frequência quando o assunto é estilo de vida saudável. A única coisa que não parece poder ser diminuta é o automonitoramento de si. Afinal, é a partir dele que se estabelece o que deve ou não ser controlado.

Quando nossas leitoras discorrem sobre o que seria considerado um estilo de vida saudável, percebemos que novamente a menção aos que seriam os grandes aliados da boa forma reaparece, e a atividade física e a alimentação tornam-se itens chaves também para a construção de um estilo de vida saudável.

Para a Leitora C estilo de vida saudável é: “[...] praticar exercícios físicos quase todos os dias, pelo menos uma hora; evitar açúcar, gordura, fritura. É comer frutas, verduras e dormir bem, tomar muita água e dormir bem. Para mim, isso é um estilo de vida saudável”.

Percebemos que o cuidado com a alimentação apresenta-se como um perigo, quando realizada de maneira errada. Já a atividade física preocupa mais no sentido de não estar sendo feita o suficiente – baseado na ideia de intensidade e quantidade, e não nos possíveis problemas que a realização da mesma pode ocasionar. Há algumas restrições quanto à alimentação, entretanto, quando se refere à atividade física, a preocupação não se pauta no que deve ser evitado, mas, sim, no que é minimamente necessário ser feito.

Manter-se ativo fisicamente e alimentar-se corretamente são cuidados indispensáveis quando se quer ter um estilo de vida saudável. Para além desses, outras noções de estilo de vida saudável são apresentadas, como podemos ver na fala da leitora B:

Estilo de vida saudável, ai, meu Deus, como posso responder essa. Ah, uma pessoa que é saudável, que tem direito a serviço público de qualidade, né, que nem todo mundo tem condição de ter um serviço particular, muitas vezes não é oferecido de forma correta. O serviço público que nós temos, igual a hospital (nós estudamos muito sobre SUS aqui à noite, na matéria do Bagrichevsky, e é muito discutido), é serviço de saúde para todo mundo, escola, entendeu? Rua pavimentada, então não é um, são N fatores. Não dá para focar só em um, dizer qual estilo de vida, então estilo de vida é a pessoa ter direito a saúde, educação, ter direito a lazer, você vê que em Jardim da Penha tem, em cada esquina, uma praça para as crianças brincarem, mas se você for num lugar mais simples, mal mal uma, aí depois quebra e a culpa é das crianças, mas não é! Fica superlotada, é uma pracinha para a comunidade inteira, enquanto aqui você vê muitas. Então as pessoas terem esse estilo de vida, onde elas possam estudar, possam trabalhar, possam ter lazer, entendeu, possam ter segurança (LEITORA B).

Novamente a Leitora B traz a ideia dos fatores socioeconômicos e culturais exercendo ação direta na opção de vida dos indivíduos. Para Castiel (2007), o fator econômico é fundamental na construção do estilo de vida, considerando que o poder de compra influencia diretamente nos itens que o consumidor pode comprar. Lembrando, ainda, que, para esse autor, só podemos considerar que o indivíduo



constrói seu estilo de vida, a partir do momento em que há uma condição financeira que permita tal ação. Aos indivíduos que vivem em condição de miséria, o melhor termo a ser adotado seria estratégias de sobrevivência, já que a falta de condições financeiras implica diretamente na falta de opções de escolha desses indivíduos, diante dos produtos que são ofertados pela sociedade de consumidores. No caso de nossas leitoras, elas são entendidas como capazes de construir seus estilos de vida e serem responsabilizadas por eles, já que nenhuma delas se encaixa no quadro de miséria, quando analisada a renda familiar<sup>14</sup>.

Para além da resposta da Leitora B, todas as outras se mantiveram no âmbito do estilo de vida saudável pautado na atividade física, alimentação saudável e ausência de doença.

A prática de atividade física e a alimentação também aparecem ligadas ao prazer:

Vida saudável, para mim, seria você achar um esporte qualquer que lhe dê prazer, porque se você não tiver satisfação, você não consegue permanecer. Então, seja musculação, seja enduro, capoeira, o que você gosta, para você ter essa coisa de continuar fazendo, desenvolvendo e trabalhando o corpo sempre e mantendo uma alimentação, não digo nem saudável, porque às vezes o saudável tem aquela conotação de você viver a base de *light* a vida inteira, mas de você comer coisas que te dão prazer, mas em quantidade regrada [...], **é você conseguir ter limites para tudo, seja para atividade física, seja para trabalho, seja para alimentação** (LEITORA F, grifo nosso).

O cuidado com os excessos é outro fator relevante para a construção do estilo de vida saudável, e, nesse âmbito, não apenas os excessos relacionados à alimentação e ao acúmulo de gordura corporal são condenados, mas, também, as outras atividades exercidas pelo consumidor em seu cotidiano. Percebemos, ainda, que a ideia de atividade física como algo apenas benéfico desaparece na fala da Leitora F, pois, para ela, os excessos envolvendo a atividade física são considerados prejudiciais, não sendo sinônimos de estilo de vida saudável.

A Leitora A também considera os excessos prejudiciais ao estilo de vida saudável:

Estilo de vida saudável é aquele sem muitos exageros, é aquele que [...] a pessoa se coloca que “tá” bem. E por mais que queira melhorar um pouco, em alguns aspectos, não busque, vamos botar, dietas malucas, exercícios malucos. Coisas que, em minha opinião, não convêm, principalmente dietas,

<sup>14</sup> Todas as leitoras declararam renda familiar igual ou superior a 4.344,00 reais, ou seis salários mínimos. Segundo os dados da Secretaria de Assuntos Estratégicos do Governo Federal, para ser considerado extremamente pobre, a renda familiar deve ser de 227 reais. Dados retirados do site <http://www.sae.gov.br/vozesdaclassemedia>. Acessado em 08/09/2014.

que eu acho que não vale você restringir tanto as coisas, muitas vezes é o que acontece, para um fim que às vezes é rápido, você consegue por um curto tempo e também você perder em um curto tempo (LEITORA A).

Novamente a ideia de prazer aparece na fala acima, assim como o cuidado com os excessos. Em um estudo realizado por Gomes (2008), encontramos essa preocupação com os excessos. Ao analisar o suplemento Equilíbrio<sup>15</sup>, uma das categorias elaboradas, nomeada Vida Equilibrada, o autor fala exatamente sobre esses excessos:

A 'Vida Equilibrada' é composta por conselhos e saberes que enfatizam a necessidade de se evitar os excessos presentes no cotidiano, sejam eles tecnológicos, eletrônicos, cosméticos, nutricionais, sonoros, corporais ou até mesmo com relação à luxúria [...] (GOMES, 2008, p.80).

O cuidado com os excessos, portanto, não está presente apenas na fala das leitoras, mas também em outros estudos que analisam artefatos midiáticos. Na revista Women's Health Brasil, porém, observamos que a preocupação maior, quando falamos de excesso, relaciona-se à alimentação.

A ideia de estilo de vida saudável também é associada à ausência de doenças, como acredita a Leitora D, "Eu acho que é se alimentar bem, ser ativo fisicamente e não ter nenhuma doença, nenhum problema de coração, nada que atinja seu estilo de vida, né? É isso, não ter nenhuma doença".

A compreensão da Leitora E sobre estilo de vida assemelha-se à opinião da Leitora D:

Um estilo de vida saudável chega a ser um, muda, porque antes do curso eu achava que ser atleta era saudável e hoje no curso eu entendo que não é verdade, que na verdade o atleta ele está longe daquilo que é saudável. Mas um estilo de vida saudável é uma alimentação boa, regrada, uma nutrição funcional, é uma atividade física frequente, você fazer uma atividade física frequente, você está dentro do peso ideal, seus exames estarem dentro da normalidade, é isso, é você envelhecer tendo menos problemas de saúde. Você conseguir envelhecer tendo menos problemas de saúde, eu acho que você tem um estilo de vida saudável (LEITORA E).

Esse estilo de vida é, assim como a boa forma e a saúde, algo que pode ser conquistado por meio de alguns cuidados. A ideia defendida na sociedade de consumidores é a de que "tudo é possível" – ter boa forma, ser saudável e ter um estilo de vida saudável são possíveis de serem realizados. Os cuidados para alcançar esses objetivos estão relacionados ao consumo de bons alimentos, atividades físicas,

---

<sup>15</sup> Suplemento do jornal Folha de São Paulo.

cuidados em geral, em prol de uma vida saudável, até o consumo de informações. Para Villagelim et al (2012), o consumo:

[...] remete a indagações a respeito da realidade do indivíduo, cercado mais por sensações e percepções do que pela razão. Campanhas publicitárias buscam criar mecanismos para atingir esse mundo de sonhos e despertar paixões no ser humano, no mais das vezes, reduzido a consumidor (VILLAGELIM et al, 2012, p.682).

O consumo, então, conta com o auxílio dos meios midiáticos para a sua promoção, e os indivíduos acabam reduzidos a consumidores nesse processo. Deixamos claro, no entanto, que, apesar da revista colaborar para o consumo, não acreditamos que esse consumo seja feito de forma irrefletida, pois vimos que adaptações e considerações são feitas durante todo o processo de consumo – desde a escolha do que consumir até o que se fazer com o que é consumido.

Nesse cenário, na busca por um estilo de vida saudável, os conselheiros também contribuem para que as novidades sejam propagadas e disseminadas. Novamente, a maioria das leitoras, que participaram dessa pesquisa, afirma que a revista Women's Health Brasil contribui de alguma forma para que os cuidados com um estilo de vida saudável sejam colocados em prática. O conselheiro entra como um facilitador desse processo, possibilitando a sensibilização para a conscientização de um estilo de vida mais saudável. Para a Leitora D, porém, a revista não atua dessa forma, já que, apesar do discurso da saúde, predomina o resultado estético. Entenderemos melhor a relação da revista como conselheira no próximo subtópico.

### **3.3.1 Os conselhos da WH Brasil e seus desdobramentos em prol de um estilo de vida saudável.**

Como dito nos capítulos anteriores, as revistas assumem papel de conselheiras na modernidade líquida, sendo assim, analisaremos, nesse subtópico, a forma como as leitoras da WH Brasil percebem esse papel de conselheira.

Quando perguntamos às leitoras sobre como entendiam a revista no processo em prol de uma vida saudável, encontramos vários aspectos que compõem o papel de conselheira da revista, como percebemos na resposta abaixo:

[...] eu acredito que no mercado ela é uma das revistas mais confiáveis, menos de moda e mais de saúde, assim, ela e a revista Saúde, são as que

eu mais gosto, então faz muito tempo que eu não leio, mas quando eu pego a revista eu leio ela inteira, assim, do início ao fim. Então eu acho que é bem bacana. As reportagens são bem legais (LEITORA C).

Nessa afirmação, entendemos que a revista, por meio de suas reportagens, auxilia a leitora na busca por uma vida mais saudável. Além disso, fica clara a relação de confiança que a leitora demonstra ter com a revista e, conseqüentemente, com as informações divulgadas nela.

Em outras respostas, encontramos leitoras que consideram que a revista tem a função de orientar a sociedade em geral, porém essa orientação não se aplica a elas, como podemos ver a seguir:

Isso, antes de eu entrar no curso, ela era um parâmetro, um referencial, de tudo o que a revista, ela remete, né, oferece, que ela vem a oferecer: saúde, essa questão de dieta, de qualidade de vida. Então é um parâmetro, mas, quando eu entrei no curso, você vê que existem outros meios mais científicos e mais aprofundados, aí você vê que a revista, ela é um pouco superficial, porque eu acho que ela é para o leitor mesmo que não tem uma formação dentro dessa área, então a leitura dela é mais fácil, não é uma leitura científica, então, para isso ela alcança esse público (LEITORA E).

A Leitora E acredita que, antes de ingressar no curso superior de Educação física, a revista representava um referencial para que pudesse ter uma vida mais saudável. Porém, agora, em face de conhecimentos científicos, não considera mais a revista como sendo tão importante, mas percebe a sua importância como um guia para a sociedade em geral. Isso, entretanto, não invalida o papel de conselheira da revista, entendendo que, mesmo assim, essa leitora ainda utiliza informações que julga serem interessantes na revista, como vimos anteriormente.

Na fala de outra leitora, podemos ver uma opinião semelhante, uma vez que destaca a importância da revista, mas não a considera um referencial para si:

Na verdade, assim, eu não a tenho como uma espécie de guia para mim, mas eu acho que de todas as revistas que há no mercado que falam sobre esse tipo de coisa, eu acho que ela ainda está sendo a melhor delas, porque, primeiro, por exemplo, que você não vê um perfil de mulher extremamente musculosa, você não vê, quase todas elas são mulheres mais magras e definidas, é como se fosse uma ideia de um padrão normal, mas com certo cuidado corporal. Então eu acho que de todas as outras que têm, ela, sim, seria a mais próxima de você ter um corpo bonito dentro de um ser saudável (LEITORA F).

Nessa fala, além de percebermos a consideração que a leitora faz sobre a revista, podemos, também, verificar uma preocupação em relação ao corpo presente nesse artefato. Sendo esse corpo, na opinião da entrevistada, bonito e, ainda,

aparentando ser saudável, já que é um corpo mais próximo do normal, considerado pela leitora como um corpo sem exageros.

A importância da revista reaparece na fala da Leitora B:

[...] eu gosto de ler a revista porque traz umas coisas, traz a entrevista sobre algo que eu acabei escolhendo, igual eu faço Educação física, então, querendo ou não, é sempre bom você estar por dentro. Então não é algo assim, digamos científico, algum artigo da CAPES nem nada, mas não é à toa que eles colocam aquilo ali, então às vezes é bom você “tá” vendo. É algo sobre o corpo, sobre boa forma, sobre alimentação, sobre o que as pessoas pensam. Porque a revista trabalha não só voltada para quem estuda Educação física, mas para a população em si, e, querendo ou não, é em quem eles mais se baseiam. Uma pessoa leiga, digamos assim, que não estudou, não faz algo voltado para saúde, mesmo assim, ela vai ler aquela revista. Então, você tem que ter entendimento para saber lidar daqui para frente com alguém que você vai trabalhar como *personal*, como qualquer auxílio que você for dar, tem que “tá” sabendo (LEITORA B).

Há uma preocupação da Leitora B em ler a revista para ter outro olhar sobre o que, de uma forma geral, as pessoas pensam sobre atividade física, boa forma e corpo saudável; para, assim, potencializar seu exercício profissional, já que, por meio da leitura, pretende entender melhor seus alunos.

Esse olhar que a Leitora B tem sobre a revista nos faz pensar sobre a sua importância enquanto divulgadora de informação, a ponto de ser interessante saber o que ela propaga, para melhor entender seus alunos. Isso reforça a ideia de conselheira desse tipo de mídia na modernidade líquida.

Em outras respostas, encontramos, ainda, as leitoras que acham que melhorias devem ser feitas, para que a revista possa se diferenciar das demais:

Eu acho que a revista, assim, aborda um tema legal, mas ainda precisa se diferenciar um pouco das demais [...] eu acho que poderia trabalhar mais questão de saúde, sem ter aquela regra de corpo perfeito, do padrão (LEITORA A).

Nessa fala observamos que a leitora pontua que a revista deveria abordar mais sobre saúde e não apenas contribuir para a busca de um corpo perfeito. A Leitora D também faz críticas à revista: “Não, eu leio mesmo, “tipo”, se eu não fosse assinante, eu acho que não faria falta. Muita coisa ali você vê que não é interessante e é muito repetitivo, tudo muito repetitivo, “tipo assim”, para mim não faria falta se eu não tivesse”. Diante dessa resposta, perguntamos, então, se ela não colocava nenhuma dica da revista em prática, e a resposta que tivemos foi:

Não, **uma ou outra só que eu não conhecia**, mas como ela é muito repetitiva, tipo assim, hoje ela faz um treino x, aí daqui a duas semanas, sei lá, no outro mês vai falar do mesmo treino, porém para um outro grupo muscular, já percebi isso. Ou uma dieta da maçã, para emagrecer cinco

quilos, e, na outra semana, a da uva, para emagrecer seis, então acaba ela sendo muito, eu percebo isso, que ela bate na mesma tecla, não sei (LEITORA D, grifo nosso).

As críticas realizadas pelas Leitoras A e D à revista não acabam com seu perfil de conselheira, ao contrário, evidenciam-no, pois as dicas dos conselheiros podem ou não ser seguidas, e os conselheiros podem, ainda, ser descartados, quando for conveniente aos seus aconselhados ou quando estes não considerarem o conselho relevante. Essa relação estabelecida entre quem lê o conselho e o conselheiro é frágil e pode ser desfeita quando for necessário.

Em diferentes intensidades, as seis entrevistadas admitem, em suas respostas, colocarem em prática dicas da revista. Quando perguntadas se já haviam consumido algum produto ou colocado em prática alguma dieta ou exercício, todas responderam que sim, que já haviam seguido ou consumido alguma dica da revista, como, por exemplo, a indicação de um novo tratamento estético; um novo alimento benéfico para a saúde ou boa forma; planilhas de exercícios; dietas. Portanto, temos mais uma vez a ideia de conselheiro presente, visto que a revista contribui com informações, que não necessariamente implicam em mudança nos hábitos de suas leitoras, mas auxiliam no processo de melhoramento de si.

Cabe, ainda, ressaltar que a entrevistada (LEITORA C), que mais evidencia a relação de confiança e pontua menos críticas em relação à revista, é também a única leitora que não é uma profissional da área de educação física, fato este que entra em harmonia com as respostas das leitoras E, F e B, que acreditam que, para os ditos “leigos”, as informações passadas possam ter maior relevância.

Após as leitoras serem questionadas sobre os cuidados que têm para manter a boa forma corporal, as mesmas foram perguntadas sobre o papel que a revista exerce em relação a esses cuidados. As respostas da maioria das leitoras foram positivas, como podemos observar nas citações abaixo:

Acho que sim, direta ou indiretamente, porque, na verdade, quando eu tive acesso à revista, eu já tinha feito muita coisa, já fazia atividade física, já fazia acompanhamento com a nutricionista, então eu acho que só reforça, só reforçou isso (LEITORA E).

Com alguns tratamentos estéticos sim, foram coisas que eu li ali e me chamaram atenção e que eu acabei procurando em outro lugar, procurando médico, mas igual, por exemplo, foi nela que eu vi falando sobre a aplicação para vasos, que, ao invés de fazer cirurgia, faz uma aplicação com espuma. Foi lá a primeira vez que vi uma matéria sobre isso, e fui procurar médicos realmente para ver, então, assim, foi um tipo de coisas que eu acabei vendo por lá (LEITORA F).

Além dessas respostas, ainda temos outras que reforçam a ideia de conselheira da revista, como observamos na resposta da Leitora A: “[...] também porque abriu, assim, bastante o leque de informação, tem muitas dicas, dicas que dá “pra” ser aproveitadas, então acrescentou muito no que, vamos botar assim, no que eu preciso mesmo, no objetivo que eu quero” (LEITORA A). Já a Leitora B considera a ajuda da revista relevante para se informar sobre tratamentos estéticos: “Ajuda sim, porque sempre comenta, igual, se for um tratamento novo eles colocam, né. Igual sobre a estria, qual é o tratamento adequado, celulite, qual método melhor para você recorrer, então sempre ajuda” (LEITORA B). A Leitora C acredita que as dicas colaboram para uma mudança de hábitos cotidianos mais saudáveis: “Sim. O que a gente lê, acaba que a gente apreende aquilo, e acaba que vira rotina. Quando você percebe, você está incluindo algumas daquelas coisinhas na sua rotina” (LEITORA C).

Porém, nem todas as leitoras concordam que a revista ajuda nesse processo. Segundo a Leitora D, “Eu acho que não, porque, antes de ler a revista, eu já fazia isso, **mas algumas coisas eu tirei da revista**, algumas combinações de alimentos, comer alguma coisa antes ou depois” (LEITORA D, grifo nosso). Apesar de não considerar que a revista possa auxiliá-la, há também uma afirmação contrária, quando a leitora admite utilizar conhecimentos da revista, como combinações de alimentos ou, ainda, qual melhor momento para consumi-los. Talvez a negação dessa leitora se dê por não considerar as informações divulgadas pela revista relevantes.

Dessa maneira, podemos constatar que a revista apresenta uma noção de estilo de vida saudável próxima às noções apresentadas pelas leitoras, no que se refere aos cuidados com alimentação e atividade física. Quanto a esses cuidados, a revista auxilia dando dicas e informações, e, apesar de algumas leitoras não a virem como uma referência de vida saudável, todas afirmam trazer para seu cotidiano alguma informação que é passada por ela, como, por exemplo, uma planilha de treinamento, uma dica sobre tratamentos estéticos ou alimentação.

Com base nas respostas citadas acima e retomando o conceito de conselheiro, apresentado por Bauman (2001), percebemos que o conselho que é passado nem sempre é seguido por quem o recebe, que a leitora apenas traz para o seu cotidiano o que de fato lhe agrada ou que considera relevante. A informação passada não é sinônima de ação, por parte das leitoras. A relação que se estabelece entre o

conselheiro e seus seguidores é uma relação de vínculo frágil, que pode ser feito ou desfeito sempre que necessário.

A recepção, por parte das leitoras, apresenta-se como uma ação ativa, ou seja, elas têm autonomia para colocar em prática aquilo que lhes agrada, e que acreditam fazer diferença em suas vidas. As informações podem sofrer ressignificações, readequando-se para melhor atender ao cotidiano de cada uma. Para Bauman, são essas características que diferenciam os conselheiros presentes na modernidade líquida dos líderes que compunham a modernidade sólida. Ambos têm como função auxiliar os indivíduos/cidadãos em suas escolhas, porém não da mesma forma, como podemos perceber nas palavras do autor:

[...] uma diferença crucial entre *líderes* e *conselheiros* é que os primeiros devem ser seguidos e os segundos precisam ser contratados e podem ser demitidos. Os líderes demandam e esperam disciplina; os conselheiros podem, na melhor das hipóteses, contar com a boa vontade do outro de ouvir e prestar atenção. E devem primeiro conquistar essa vontade bajulando os possíveis ouvintes. Outra diferença crucial entre líderes e conselheiros é que os primeiros agem como intermediários entre o bem individual e o “bem de todos”, ou, (como diria C. Wright Mills) entre as preocupações privadas e as questões públicas. Os conselheiros, ao contrário, cuidam de nunca pisar fora do privado [...] (BAUMAN, 2001, p.77, grifo do autor).

Os conselheiros têm como finalidade auxiliar no bem individual, no que cada um pode fazer por si. Nesse frágil vínculo entre conselheiro e indivíduo não parece haver um *feedback*, não há preocupação em saber se a informação foi posta em prática, se o conselho foi bom, se surtiu efeito positivo, pois a parte que cabe ao conselheiro se restringe à ação de dar o conselho, a forma como ele é colocado em prática é de responsabilidade do indivíduo, já que o mais importante é que ele tenha sido passado adiante. O que é feito com essa informação é algo que já não compete mais ao conselheiro, que parece saber seu lugar de simplesmente informar, sem cobrar nenhuma ação de quem ouve/lê seus ensinamentos.

Com base na análise da revista realizada no capítulo 2 dessa pesquisa, não percebemos nenhuma preocupação, por parte da revista, em saber se as leitoras estão colocando em prática as dicas publicadas mensalmente. O que há é um espaço de menos de uma página, chamado de “WH e Cartas”, onde são publicados alguns comentários das leitoras sobre a revista. Essa coluna, basicamente, apresenta os elogios das leitoras sobre a edição anterior da revista. Esse espaço serve muito mais para reafirmar o papel de conselheira, do que para saber se as leitoras estão ou não colocando em prática o que a revista oferece.



Nesse sentido, consideramos que a revista atua como uma conselheira para as leitoras, que afirmam colocar em prática dicas e informações que consideram interessantes. Em relação a isso, percebemos que as leitoras se colocam de forma ativa diante das informações recebidas, quando dizem que as readaptam, para que “caibam” em seus cotidianos, e quando tecem julgamentos não apenas sobre o conselho, mas, também, a respeito do conselheiro, como podemos ver na fala da Leitora D: “[...] ela é muito repetitiva [...] eu percebo isso, ela bate na mesma tecla [...]”. Portanto, com maior ou menor intensidade e passíveis a adaptações, acreditamos que as dicas da revista contribuem para as estratégias das leitoras, ao lidarem de forma privada com a construção dos seus estilos de vida.

## Considerações Finais

Ao iniciarmos nossa caminhada no processo de construção dessa pesquisa, não sabíamos o que seria encontrado ao final desse trajeto, principalmente por ser difícil prever a opinião do outro sobre determinado assunto. E nesse percurso, chegamos à fase de descrição da revista WH Brasil, nesse momento parece que uma ideia do que poderia aparecer na fala das nossas leitoras começou a ser desenhada.

A revista apresenta um discurso que promove um padrão de corpo magro, moldado através da atividade física e da alimentação saudável. A forma como esses cuidados são transmitidos nos levou a pensar que as leitoras receberiam essas informações de maneira mais passiva e concedente. Essa impressão influenciou na forma como olhamos as entrevistas a princípio, e esse pré-conceito fez com que algumas falas passassem despercebidas, em uma primeira leitura. Porém, aos poucos essa impressão de passividade foi sendo desfeita, à medida que fomos enxergando que durante todo o tempo as leitoras imprimiam críticas em relação à revista e ao discurso propagado por esta, e que, mesmo quando consideravam alguma dica interessante, esta nem sempre era colocada em prática da mesma forma como foi sugerida pela revista, pois adaptavam-nas às necessidades de cada uma.

Além do posicionamento consciente diante do consumo, nossas leitoras deixam claro que a construção das noções aqui apresentadas não recebe influência apenas da revista em questão, mas também de outras revistas e artefatos midiáticos em geral. E, também, a relação com as informações divulgadas muda, como fica evidente na fala da Leitora E, ao afirmar ter mudado sua visão sobre a revista após ter ingressado no curso de Educação Física. Percebemos que a construção dessas noções está em constante modificação, seja por novos conhecimentos que vão sendo adquiridos, seja por novas percepções de mundo dos sujeitos. O importante é evidenciar que esse processo é dinâmico e não estagnado, as noções não estão findadas, mas em processo de formulação, desconhecendo, a princípio, um ponto de chegada.

Ao se depararem com as informações da revista, as leitoras fazem suas interpretações e reinterpretações, prova disso é que, mesmo em face das mesmas informações, noções diferentes sobre saúde, corpo e estilo de vida são construídas. Cabe, nesse ponto, evidenciar que esse estudo também tem essa característica, visto que os resultados aqui expostos estão baseados nas nossas interpretações sobre o

que foi dito por essas leitoras. Assim como a revista é interpretada por suas leitoras, o sentido desse trabalho não termina nas nossas palavras, mas na interpretação que o leitor/leitora fará desse trabalho, ao lê-lo.

Compreendemos que, nesse processo interpretativo, o corpo é passível a alterações e reformulações, porém essas mudanças não são irrefletidas. Os consumidores são indivíduos ativos, que moldam a superfície de seu corpo com base no que consideram belo, fato que também reforça traços de sua identidade, já que, por meio do corpo, um indivíduo pode expressar o pertencimento a um grupo ou outro. Nas mesmas condições consideramos que os conceitos de saúde e também de estilo de vida saudável são formulados e reformulados. E, para isso, nossas leitoras acreditam que a atividade física e a alimentação saudável são cuidados fundamentais na construção desse processo.

Na corrida dos consumidores, percebemos que nada fica parado, os conceitos, as crenças, as interpretações, os objetivos, tudo pode mudar conforme as concepções são reformuladas. As interpretações presentes nesse trabalho não têm a pretensão de dar como finalizada a temática aqui apresentada, ao contrário, pretendem contribuir com outros estudos que também se debrucem sobre os assuntos aqui expostos.

Diante dessas considerações, cabe uma inquietação: como vimos em Martin-Barbero (2002), as condições sociais e econômicas de um sujeito interferem no processo de interpretação que esse indivíduo tem sobre as informações recebidas. No caso de nossas entrevistadas, os perfis se aproximam, quando observamos a renda familiar e o grau de escolaridade. Porém, esse fato não garante que as mensagens sejam decodificadas da mesma forma, sendo assim, surge a seguinte questão: como seria trabalhar com grupos de leitoras cujos perfis não fossem tão próximos, se isso seria possível, e quais relações poderiam ser estabelecidas entre um grupo e outro.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Denise; LEORATTO, Danielle. **Alterações da silhueta feminina: a influência da moda**. 2013. (Artigo). Rev. Bras. Ciênc. Esporte, Florianópolis, v. 35, n. 3, p. 717-739, jul./set. 2013.

BAIÃO, Úrsula, SOUZA, Juliana. **Revistas femininas de bem-estar: um estudo comparativo entre Boa Forma e Women's Health**. (Artigo). In: Revista e-Com, Disponível em: <http://revistas.unibh.br/index.php/ecom/article/view/693>. Acessado em: 25/09/14.

BARCELOS, J.; AZEVEDO, D. **Quem veio primeiro: o ovo ou a galinha**. (Ensaio). 2004. Revista Complexus, Minas Gerais v.2, n.1, p.1-13. 2004.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 2006.

BARROS, Laan M. **O campo da comunicação e os estudos de recepção**. 2011 (Entrevista). Revista comunicação midiática, São Paulo, v.6, n.1, p.8-20, jan./abr. 2011.

BAUMAN, Zigmunt. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Ed Jorge Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Ed Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Vida líquida**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed Jorge Zahar, 2009.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Ed Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_. **Tempos líquidos**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Ed Jorge Zahar, 2007.

BRAGA, Adriana. **Corporeidade discursiva na imprensa feminina: um estudo de editoriais**. 2003 (Artigo) - Em Questão, Porto Alegre, v. 9, n. 1, p.109-120, jan./jun. 2003.

BRAGA, Mafalda. **Produção e recepção de conteúdos na imprensa feminina – a revista Máxima como estudo de caso**. 2012 (dissertação) – Faculdade de Ciências Humanas, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, 2012.

CANCLINI, Néstor García. **Consumidores e cidadãos**. Tradução Maurício Santana. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2010.

CASTIEL, Luis David. **Quem vive mais morre menos?** Estilos de riscos e promoção da saúde. In: BAGRICHEVSKY, M.; PALMA, A.; ESTEVÃO, A. (org.) A saúde em debate na Educação Física. Blumenau: Edibes, 2003. p. 79-97.

CASTIEL, L.D.; ÁLVAREZ-DARDET, C. **A saúde persecutória:** os limites da responsabilidade. Rio de Janeiro, Editora Fiocruz, 2007.

\_\_\_\_\_. **A noção “estilo de vida” em promoção da saúde:** um exercício crítico de sensibilidade epistemológica. In BAGRICHEVSKY, M.; PALMA, A.; ESTEVÃO, A. (org.) A saúde em debate na Educação Física. Blumenau: Edibes, 2006. p. 68-90.

CASTIEL, Luis David; FERREIRA, Marcos; MORAES, Danielle. **Os riscos e a promoção do autocontrole na saúde alimentar:** moralismo, biopolítica e crítica parresíasta. (Artigo) – Ciência e saúde coletiva, vol.19, n.5, p.1523- 1532, 2014.

CASTIEL, L. D.; GUILAM, M. C. R. **A saúde persecutória:** à espera dos riscômetros portáteis. 2007. (Artigo) - Interface - Comunicação, Saúde, Educação, vol. 11, n. 21, p. 159-161, 2007.

ESTEVÃO, Adriana. **Mulheres fisiculturistas, corpos hiperbólicos.** 2005 (Tese) – Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2005.

FERRAZ, Sofia; CAMPOS, Marília. **Se esse corpo fosse meu:** uma análise da representação do corpo veiculada pela revista Boa Forma. 2014. (Artigo) – Revista de Humanidades, Fortaleza, v. 29, n. 2, p. 193-209, jul./dez. 2014.

GARRINI, Selma. **Do corpo desmedido ao corpo ultramedido. Reflexões sobre o corpo feminino e suas significações na mídia impressa.** 2007. (Artigo) Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação V Congresso Nacional de História da Mídia – São Paulo. p.1-12. 2007.

GOETZ, E. R.; CAMARGO, B. V.; BERTOLDO, R. B. e JUSTO, A. M. **Representação social do corpo na mídia impressa.** 2008. (Artigo) – Psicologia e sociedade. v. 20, n. 2, p. 226-236. 2008.

GOMES, Ivan. **Conselheiros modernos:** propostas para a educação de um indivíduo saudável. 2008 (Tese) – Centro de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

LYPOVETSKY, Gilles. **A Terceira Mulher:** permanência e revolução do feminino. Tradução Maria de Lucia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LOVISOLO, Hugo. **Em defesa do modelo JUBESA (juventude, saúde e beleza).** In: BAGRICHEVSKY, M.; PALMA, A.; ESTEVÃO, A. (org.) A saúde em debate na educação física. Vol.2. Blumenau: Edibes, 2006. P.157-158.

LUSA, Eledinéia. **Análise Crítica do Discurso das Capas de Women's Health Brasil**. 2010 (TCC) – Departamento de ciências da comunicação, Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **América Latina e os anos recentes: o estudo da recepção em comunicação social**. In: SOUSA, Mauro Wilton (org.). *Sujeito, o lado oculto do receptor*. São Paulo: Brasiliense, 2002.

PEREIRA, Tânia. **O corpo gordo na revista Veja: uma análise discursiva**. 2013. (Artigo) – *Signum: estudos da linguagem*. Londrina, v.16, n.1, p.99- 119. 2013.

PINTO, Sayonara; GOMES, Ivan; ALMEIDA, Felipe; MORAES, Claudia; ALMEIDA, Ludmila. **Identidade (s) feminina (s) e cuidados de si na revista AG**. 2012. (Artigo) – *Motrivivência*. Santa Catarina, ano XXIV, n.39, p.113-128, 2012.

RIBEIRO, Claudia R. S. **Sexualidade, corpo e saúde masculinos: transformações e permanências nos discursos de homens e da revista Men's Health**. 2011. (Tese) – Centro biomédico, Instituto de Medicina Social, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

SANTOS, Daniele; SILVA, Rosalina. **Sexualidade e Normas de Gênero em Revistas para Adolescentes Brasileiros**. 2008 (Artigo) - *Saúde Soc.* São Paulo, v.17, n.2, p.22-34, 2008.

SAMARÃO, Lilianny. **O espetáculo da publicidade: as representações do corpo feminino na mídia**. 2007. (Artigo) – *Contemporânea*, n.8, p.45-57, 2007.

SIQUEIRA, Denise da C. O.; FARIA, Aline A. **Corpo, saúde e beleza: representações sociais nas revistas femininas**. 2007. (Artigo) – *Comunicação, mídia e consumo*, v.04, n.9, p.171 -188, 2007.

SUDO, Nara; LUZ, Madel. **O gordo em pauta: representações do *ser gordo* em revistas semanais**. 2007. (Artigo) – *Revista de ciência e saúde coletiva*, v.12, n.4, p.1033-1040, 2007.

TEO, Carla. **Discursos e a Construção do Senso comum sobre alimentação a partir de uma revista feminina**. 2010. (Artigo) – *Saúde Soc.* São Paulo, v.19, n.2, p.333-346, 2010.

VIGARELLO, Georges. **História da Beleza: o corpo e a arte de se embelezar, do renascimento aos dias de hoje**. Tradução de Léo Schlafman. 1.ed. Rio de Janeiro: Ed. Ediouro, 2006.

VILLAGELIM, A.; PRADO, S.; FREITAS, R.; CARVALHO, M.; CRUZ, C.; KLOTZ, J.; FREIRE, G. **A vida não pode ser feita só de sonhos: reflexões sobre publicidade e alimentação saudável**. 2012. (Artigo) – *Revista ciência e saúde coletiva*, v.17, n. 03, p.681-686. 2012.

**SITES:**

Publiabril, disponível em:

<http://www.publiabril.com.br/marcas/womenshealth/revista/informacoes-gerais>;

acesso em: 15 de agosto de 2014.

Secretaria de assuntos estratégicos, disponível em:

<http://www.sae.gov.br/vozesdaclassemedia>. Acessado em 08 de setembro de 2014.

**REVISTAS:**

**Women's Health Brasil:** Você. Só que melhor. (periodicidade mensal), novembro de 2008 a agosto de 2014.